LUGLIO/AGOSTO 2013 NUMERO 7/8
JULY/AUGUST 2013 NUMBER 7/8

DETERGO INTERNATIONAL

Rivista di Lavanderia Industriale e Pulitura a secco
The Industrial Laundry and Dry-Cleaning Magazine

La Rivista più letta da 60 anni
The most widely read magazine for the last 60 years

PARTNER IN LAUNDRY TECHNOLOGY

COVER STORY
Kannegiesser
Una storia di successi
A success story

FIERE/*FAIRS*
"Clean" a New Orleans
Grandi solisti italiani
fra i colossi americani
"Clean" in New Orleans
Stellar Italian soloists
amidst American giants

IMPRESE/*COMPANIES*
Il nuovo contratto
di Assosistema
vero segnale di ripresa
New Assosistema
contract, a tangible
sign of recovery

Cover story pag. 8

7/8-2013

postatarget magazine
DCOOS6150
NAZ/034/2010
Omologato
Posteitaliane

PICCOLA PUBBLICITÀ
Riservata a venditori, rivenditori, agenti, laboratori

DETERGO offre annunci a basso costo di un ottavo di pagina, consentendo così anche a piccole aziende di farsi conoscere e promuoversi, riallacciando i rapporti con i vecchi clienti e procacciandosene di nuovi.

La pubblicità è un'arma preziosa: usiamola!

Questo è lo spazio che ti offriamo, ad un costo eccezionale

Formato moduli: base 90 mm x h. 63 mm
Materiale da pubblicare: pdf alta definizione

Prenotazione spazi entro
il giorno 28 del mese precedente
per informazioni: info@detergo.eu

Condizioni di pagamento: riba 60 gg. data fattura
Costi: € 1.000,00 x 11 uscite
€ 600,00 x 6 uscite

Beretta Gualtiero

Servizi e soluzioni per la lavanderia professionale

Assistenza tecnica impianti e macchine
Vendita attrezzature nuove e usate
Consulenza normativa e libretti di manutenzione

www.berettagualtiero.it

FIRBIMATIC
Servizio tecnico e commerciale autorizzato

Operiamo in tutto il nord Italia

Via Darwin, 28
Trezzano Sul Naviglio (MI)
Tel./Fax 02/4451959
Cell. 348/2329398
info@berettagualtiero.it

IMPRESA CERTIFICATA PER LA MANUTENZIONE DI IMPIANTI FRIGORIFERI

Proteggi i tessuti con il
SOTTOVUOTO

DEMA

Info line
+39 338 3765896

www.demaonline.it
info@demaonline.it

Mai pensato a prendere una "PIEGASPUGNE A NOLEGGIO"

Vega SYSTEMS - ITALY

Trova la tua soluzione al problema con Vega.

Contratti da 30 a 110 €./giorno

Vega System Italia
info@vega-it.it
www.vega-it.it
+39 366 440 73 10

D.B.G. SERVICE®
Laboratorio
Tintoria Lavanderia

PULITURA SPECIALIZZATA BORSE e SCARPE

Via San Massimo, 94 - Sedriano
Tel. 02 90.36.43.59 - www.dbgservice.it

Machine make easy job.

Produzione ogni oltre previsione, precisione e qualità.
"DANTE"
la piega accappatoi.

Info : 345.477 50 96

DANTEART

www.dante-srl.it
mail: info@dante.it

NordestWash
www.nordestwash.com
V.le Enrico Fermi, 31 - 31010 - Asolo (TV)
Tel: +39.0423.952961 - FAX: +39.0423.521948
mail: info@nordestwash.com

- NUOVO ESSICCATORE ECOLOGICO NORDESTWASH A CAMERA CHIUSA
- SOLO 2,43 Kw PER MANTENERE LA TEMPERATURA IMPOSTATA
- CAMERA CHIUSA SENZA ESPULSIONE DI ARIA O VAPORI
- BASSISSIMO CONSUMO ELETTRICO. SOLO 8,43 Kw
- NON UTILIZZA GAS = NESSUNA CANNA FUMARIA
- QUALITA' DI ASCIUGATURA SENZA PARAGONE

L'UNICO CHE FUNZIONA DAVVERO

L'IDEA CHE RISPETTA L'AMBIENTE

WET CLEANING | LAVASECCO CHIAVI IN MANO | MACCHINE USATE | ASSISTENZA SPECIALIZZATA

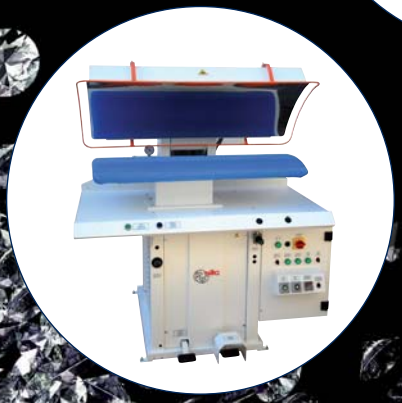
gruppomanservigi.it

S/MSP

S/MSA

S/MTA-E

SILC'S CROWN JEWELS



S/MSG

S/MPC

S/IDS - E

S/EP4

silc
made in Italy

SIL FIM SRL - Via Fontedamo, 26 - 60035 JESI (AN) - Italy
Tel. +39 0731 21801 - Fax +39 0731 200355
informa@silcspa.com - www.silcspa.it

4ª EDIZIONE

Istituto Internazionale di Ricerca
Know-how. People. Results

PULIZIA & SANIFICAZIONE IN SANITÀ

Milano, Centro Congressi Humanitas • 29 ottobre 2013

Istituto Internazionale di Ricerca presenta la quarta edizione dell'unica occasione di benchmark per confrontarsi su:

- Procedure e protocolli per la prevenzione delle infezioni da **BATTERI MULTIRESISTENTI**
- Come migliorare la **qualità** garantendo la **sostenibilità economica** del Servizio
- Impatto dei **Criteri Ambientali Minimi** su Ospedali, RSA e Fornitori

I 21 PROTAGONISTI dell'evento:

C. Antonietti – Casa Mia Rosbella – Gruppo Orpea
P. Antonioli – A.O.U. di Ferrara
D. Bazzoli – A.O. Desenzano del Garda
C. Calandra – A.L.E. – Associazione Lombarda Economi Provveditori
L. Camponovo – A.O. San Gerardo di Monza
M. T. Cuppone – Policlinico San Donato IRCCS
M.R. Di Giovinazzo – A.O. di Desio e Vimercate
M. Ferrari – A.O. di Lodi
P. Figini – Presidio Ospedaliero Cantù-Mariano C.se
M. Marino – Afidamp Fed.
M. Pinca – Copma
A. Poli – Azienda Sanitaria di Firenze
F. Ripa – A.S.L. Torino 4
R. Spelta – A.S.L. di Monza e Brianza
A. Tezzele – Markas

Tematiche rinnovate e nuove best practice

L'Evento in numeri:

16 INTERVENTI
12 CASI PRATICI
6 CREDITI ECM
5 SESSIONI
2 TAVOLE ROTONDE
1 AREA ESPOSITIVA

AREA ESPOSITIVA

dedicata alla presentazione di **soluzioni tecniche, prodotti e tecnologie**

SPECIALE SESSIONE GRATUITA su LAVANOLO e LAVANDERIA INTERNA

Benchmark su aspetti organizzativi, tecnici ed economici

P. Bagarella, P. Moioli – A.O. Papa Giovanni XXIII di Bergamo
F. Fontana – Ospedale S. Anna di Como
S. Nola – A.U.S.L. di Ferrara
F. Pregliasco / L. Tosca – Fondazione Istituto Sacra Famiglia

Con il patrocinio di

afidamp FED AFIDAMP FEDERAZIONE

fare

Sponsor

copma SERVICE TEAM

markas

Nilfisk trusted since 1906

Media Partner

DETERGO

Iscriviti ora!
02.83847.627
iscrizioni@iir-italy.it
www.iir-italy.it

Richieda il programma completo a: **laura.galleani@iir-italy.it** - **Tel. 02.83847284** (indichi il codice **DETERGO**)

SOMMARIO/CONTENTS

*EDITORIAL/***EDITORIALE**

6 *The young washing machine "drummer" for the huge You Tube crowd*

7 Il ragazzino che "suona" la lavatrice per l'infinito pubblico di You Tube

AZIENDE DI SUCCESSO/*SUCCESS STORIES*

8 L'Azienda del mese/*Company of the month*
Kannegiesser - Una storia di successi
Kannegiesser – The story of success

PANORAMA FIERA/*EXPO OVERVIEW*

14 Tutto il mondo della lavanderia guarda a EXPOdetergo International
All the laundry industry has its eyes on EXPOdetergo International

ASSOSISTEMA

18 Rinnovo CCNL 2012-2015 - Assosistema, il nuovo Contratto per rilanciare le imprese

FIERE/*TRADE SHOWS*

20 Italia a Clean, una squadra di grandi solisti
Italy at Clean, a team of great soloists

24 New Orleans, dieci ragioni oltre il "Clean"
New Orleans, ten reasons beyond "Clean"

SPECIALE/*SPECIAL*

28 Ritorno da "Clean Show 2013"
Back from "Clean Show 2013"

NOTIZIE DALLE AZIENDE

41 And the red dot goes to.... Grandimpianti I.L.E.

ASSOSECCO

42 "Sali a bordo di Assosecco"

43 Parliamo anche di questo - Tanto per parlarci chiaro .... anzi limpido

44 I provvedimenti del "fare" ed una nuova fiducia

45 Giornata formativa gratuita presso TREVIL

46 Si moltiplicano i casi di scorrettezze da parte di alcuni responsabili dei self service

PICCOLA GUIDA DEL PULITINTORE

48 Etichettatura di manutenzione negli Stati Uniti

52 Museo delle etichette/*Label museum*

53 Difetti/*Defects*

54 "Se non Sai Domanda"/*"Ask, If You Don't Know"*

CONFARTIGIANATO

57 Crisi e clima... per un "cambio stagione" molto deludente

58 Confartigianato Bergamo e Luigi Rota a servizio delle imprese di lavanderia

59 Finalmente anche la Puglia ha il Regolamento che "Disciplina dell'attività professionale di tintolavanderia"

61 La dichiarazione F-GAS coinvolge anche le attività di pulitintolavanderie

63 All'assemblea di Confartigianato il presidente Merletti

64 **ELENCO ISCRITTI ASSOCIAZIONE FORNITORI AZIENDE MANUTENZIONE DEI TESSILI/***MEMBERS TO THE TEXTILE CARE SUPPLIERS' ASSOCIATION*

66 **INDICE DEGLI INSERZIONISTI/***ADVERTISERS' DIRECTORY*

EDITORIAL

The young washing machine "drummer" for the huge You Tube crowd

If there's less spending money around, does it make any sense to keep investing part of it in advertising?
It's that "million dollar question." The magnitude of the economic crisis we are facing is such that it's not giving us any breathing space and dashing all our hopes.
And yet, what we do know for sure is that no advertising brings instant death to the whole market.
No product promotion means no expenditure on products.
"It's as if to stop advertising to save money you are stopping the clock to save time."
This warning came from somebody as open-minded as the king of the automobile Henry Ford. It was recently picked up by Steve Jobs who said: "Investing in advertising during an economic downturn is like building wings while the others are falling".
It's difficult to disclaim masters of this kind, but this holds true only if the advertising is of the "Communication" kind, taught through an oval logo that is unique worldwide, or an apple that is "more apple" than any real apple. Messages coming from one source and reaching an infinite number of destinations. It's fundamental to bear this in mind as we find ourselves surrounded by an economic crisis where there's no room for waste or for the single-trip operations that were in vogue during the good times. We even saw this at an exhibition like Clean which, as reported in this issue of Detergo, brought together thousands of laundry suppliers and businessmen in New Orleans.
Back home from the U.S exhibition, our thoughts went back to a testimonial who was not a highly-paid top-model or a football player with his hair slicked back with gel and covered in tattoos, but an unknown 11-year-old boy named Jonathan Carollo who "plays" the various parts of a normal washing machine with his hands.
With a grace of an elf and the swing of a jazz drummer. His performance was such a hit and so much fun and now the whole world can enjoy it on You Tube at
http://youtu.be/_viuM_sEOOU
Passion and creativity come before any business plan.
As does being able to see an economic crisis as a way of doing away with all those stereotypes about money, which alone is never what makes you truly rich.

Stefano Ferrio

EDITORIALE

Il ragazzino che “suona” la lavatrice per l’infinito pubblico di You Tube

Se i soldi sono meno di una volta, ha senso continuare a investirne una percentuale in pubblicità?
È una cosiddetta “domanda da un miliardo”, perché se da una parte una crisi come questa taglia il fiato e le speranze, si ha dall’altra la certezza che cancellare la pubblicità porta alla morte istantanea dell’intero mercato. Nessuna promozione dei prodotti significa la premessa di nessuna spesa per acquistarli.
In effetti, “Chi smette di fare pubblicità per risparmiare soldi è come se fermasse l’orologio per risparmiare tempo” ammoniva uno di larghe vedute come il re dell’automobile Henry Ford. Puntualmente ripreso in tempi recenti dallo Steve Jobs che sosteneva: “Investire in pubblicità in un momento di crisi è come costruirsi le ali mentre gli altri precipitano”.
Difficile sconfessare Maestri del genere, a patto però che questa pubblicità sia davvero la “Comunicazione” da loro insegnata tramite uno stemma ovale unico al mondo, e una mela “più mela” di ogni vera mela. Messaggi che partono da una fonte e giungono a infinite destinazioni. È fondamentale rammentarlo nel pieno di una crisi economica che non ammette gli sprechi e le operazioni a perdere in voga durante gli anni delle vacche grasse. Lo abbiamo constatato anche a una fiera come Clean che, come raccontiamo in questo numero di DETERGO, ha radunato a New Orleans migliaia di fornitori e imprenditori della lavanderia.
Dall’expo americana siamo tornati a casa ricordando un testimonial che non è una strapagata top-model, e neppure un calciatore sbrodolato di gel e tatuaggi, ma uno sconosciuto ragazzino di 11 anni il cui nome è Jonathan Carollo, protagonista di un concerto in cui “suona” con le nude mani le varie parti di una comune lavatrice. Con la grazia di un folletto e lo swing di un batterista jazz. Performance così apprezzata e coinvolgente che adesso il mondo intero può ammirarla su You Tube digitando http://youtu.be/_viuM_sEOOU.
Passione e fantasia prima di ogni business plan. E possibilità di vedere la crisi anche come una liberazione dagli stereotipi di un denaro che, da solo, non fa mai la vera ricchezza.

Stefano Ferrio

KANNEG

Una storia di successi

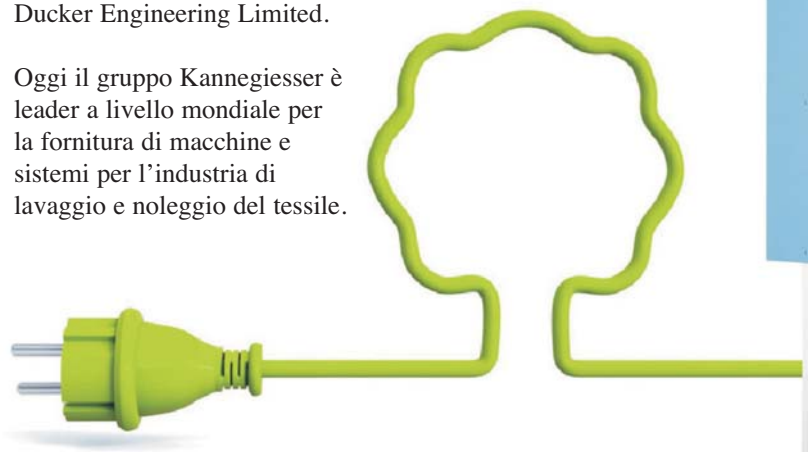
di/by Stefano Ferrio

La sede in Germania
The German head office

Il Gruppo Kannegiesser

L'azienda è stata fondata nel 1948 da Herbert Kannegiesser, a Vlotho, vicino ad Hannover, con la produzione di macchine da stiro per indumenti. Negli anni '60 aggiunge macchine adesivatrici per l'industria tessile alla sua gamma. Nel 1970 il fondatore si ammalò e affidò la gestione al figlio Martin Kannegiesser.
L'azienda nel 1978 inizia la progettazione di linee di finissaggio per capi confezionati diventando leader europeo incontrastato.
Kannegiesser decise di diventare il fornitore della gamma completa di tecnologie per le lavanderie industriali, anche attraverso una serie di acquisizioni che ne hanno fatto un importante gruppo internazionale: nel 1990 fu acquisita la Textima a Aue/Sassonia; nel 1996 la Kleindienst Wäschereitechnik GmbH a Augsburg; nel 1998 le aziende Passat e Pharmagg; nel 2005 la società britannica Ducker Engineering Limited.

Oggi il gruppo Kannegiesser è leader a livello mondiale per la fornitura di macchine e sistemi per l'industria di lavaggio e noleggio del tessile.



Kannegiesser Italia S.r.l., parte del Gruppo Herbert Kannegiesser GmbH, ha sede legale ed operativa a Opera (MI) ed è un'organizzazione commerciale con una propria struttura di vendita ed assistenza tecnica. Il know how e l'esperienza acquisita da oltre 15 anni di presenza sul mercato italiano ne fanno una struttura flessibile in grado di offrire soluzioni intelligenti per la moderna industria di lavaggio e noleggio del tessile.

Disegni, informazioni tecniche, notizie relative a nuovi prodotti o nuove applicazioni vengono periodicamente inoltrati ai clienti attraverso le visite del team commerciale, mailing e riviste di settore.

Il personale dipendente della Kannegiesser Italia proviene dal settore e ha acquisito notevoli capacità che permettono di affiancare i clienti sin dalle primissime fasi di studio di un progetto. Laddove sia necessario, gli specialisti della Casa Madre affiancano i colleghi italiani per garantire il massimo dei risultati operativi.
Tutti i prodotti sono costruiti in Germania ed accurati controlli in ogni fase di produzione permettono di realizzare macchinari ed impianti di massima qualità.

GIESSER

Aziende di successo
Success stories

A success story

The Kannegiesser Group

The company was founded in 1948 by Herbert Kannegiesser at Vlotho, near Hannover and started with the production of ironing machines for the garment industry. In the 1960s Kannegiesser extended its production range with fusing machines for the textile industry. In 1970 the founder was struck by serious illness and assigned the company management to his son Martin Kannegiesser. In 1978 the company started with the realisation of complete garment finishing systems and gained an unrivalled leading position in Europe. Kannegiesser eventually decided to become a supplier of the full range of industrial laundry machinery and evolved into an important international group, also by making several acquisitions: in 1990 the former GDR-company Textima at Aue/Saxony; in 1996the laundry equipment manufacturer Kleindienst Wäschereitechnik GmbH; in 1998 the companies Passat and Pharmagg and in 2005 the British firm Ducker Engineering Limited.

Il team commerciale
The sales team

Today the Kannegiesser group is an international leader in the manufacture and supply of the complete range of machinery for the textile rental industry.

Kannegiesser Italia S.r.l., part of the Herbert Kannegiesser GmbH group, is based in Opera near Milan and is a commercial organisation with its own sales and aftersales structure. The know-how and experience gained from more than 15 years of presence on the Italian market are making it a flexible structure with the skills to offer intelligent solutions for modern industrial laundries.

Drawings, technical information, news about new products or new applications are periodically submitted to the customers through visits of the commercial team, mailings and specialist journals.

The Kannegiesser Italia team of directly employed staff are coming from the field and acquired significant capacities in the area, thus being in the position to support the customers also in the early stages of project planning. When necessary, the specialised engineers of the German head office support the Italian colleagues in order to guarantee the best possible operating results. All products are manufactured in Germany and the strict controls at every stage of production ensure the realisation of

Aziende di successo *Success stories*

La presenza in Italia di un fornito magazzino di pezzi di ricambio assicura la massima tempestività nella soluzione di problemi tecnici.
Tutti i prodotti sono provvisti di software e manuali tecnici in lingua italiana, permettendo così un facile e chiaro dialogo tra le strutture preposte alla manutenzione ed il personale di assistenza.
Le macchine sono dotate di router per la connessione alla rete aziendale oppure, se necessario, per collegarsi direttamente con la Casa Madre tedesca, garantendo un efficace e rapido servizio post-vendita.

Il reparto assistenza clienti
The customer service department

Il team tecnico
The technical team

Il confronto quotidiano con le realtà del settore consente di implementare il know how dello staff commerciale e di proporre sempre ai clienti soluzioni innovative e customizzate.

Il servizio commerciale viene seguito dal direttore Alessandro Rolli insieme ad Angelo Costa e a Franco Sandre.
La proposta al cliente si stabilisce attraverso una stretta relazione, ispirata a comprendere le specifiche esigenze di processo ed a identificare successivamente la migliore soluzione.

Il project manager Loris Costa ha poi il compito di coordinare tutte le attività previste dal nuovo progetto nonché la definizione tecnica delle interfacce per il passaggio dati.
È la persona di riferimento in grado di seguire il cliente nelle fasi antecedenti l'installazione e nel post commissioning.

Il Servizio Assistenza di Kannegiesser Italia è strutturato secondo moderni criteri di analisi e intervento.
Il responsabile del reparto è Rosario Stipo, che grazie alla competenza tecnica e alla pluriennale esperienza nel settore, è in grado di gestire al meglio le attività di installazione e

high-quality machines and systems.
With its own well-stocked spare parts store Kannegiesser Italia is in the position to provide fast and reliable technical support.
All products are delivered with software and instruction manuals in the Italian language. This allows an easy and clear communication between the maintenance structures and the Italian service engineers.
The machines are equipped with a router for the connection to the company network or, when necessary, for a direct connection with the German head office ensuring in this way a fast and efficient after-sales service.

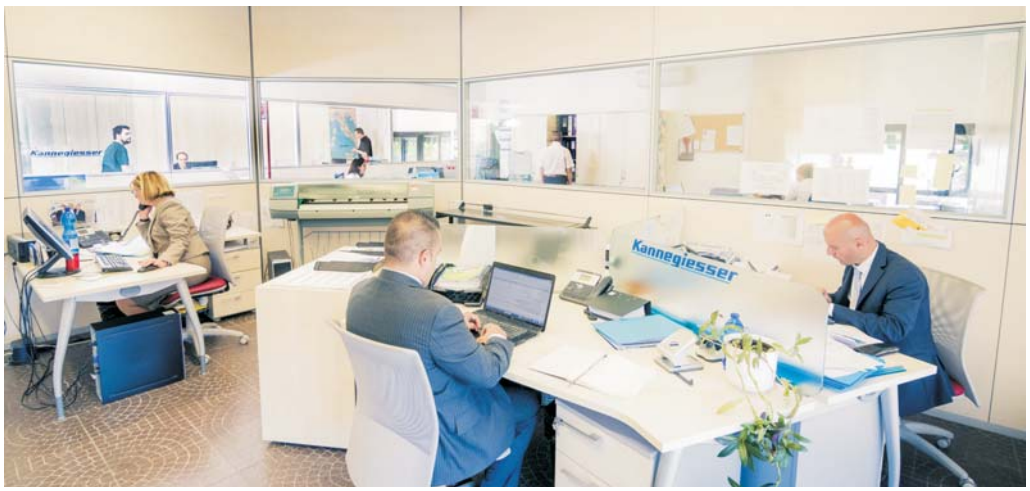
Through the daily engagement with the realities of the sector, the sales consultants are able to implement their know-how and to always propose innovative and tailor-made solutions to the customers.

The commercial service is managed by the Director Alessandro Rolli together with Angelo Costa and Franco Sandre. The sales proposal is based on a detailed knowledge of the client's requirements and is geared to understanding the specific needs of the individual process and, as a consequence, to finding client-focused solutions.

The project manager Loris Costa coordinates all activities linked to the new project as well as the technical definition of the interfaces required for data communication and transfer. He is the person who supervises the customer during the pre-installation and post-commissioning phases.

The Kannegiesser Italia customer service is structured according to modern analysis and intervention criteria. The service manager Rosario Stipo, with his thorough technical knowledge and many years of experience in the industrial laundry field, is able to care for an optimal workflow during the installations and to coordinate the after-sales activities. Federico Lottero assists the service manager by organising and providing the necessary documents such as the P.O.S.(Operational Safety Plan), work reports, declarations of conformity, user manuals (interactive and/or printed) and IT support.

The spare parts manager Riccardo Rossi ensures the timely delivery of spare parts and is responsible for all safety issues. Patrizia Morabito, the assistant of the spare parts office, also supports the internal order back office.



assistenza tecnica post vendita. Federico Lottero assiste il responsabile del reparto assistenza attraverso l'organizzazione e la stesura della documentazione necessaria: P.O.S., rapporti di intervento, certificati di conformità, manualistica e supporto IT.

Riccardo Rossi è responsabile per il servizio della fornitura tempestiva di tutti i ricambi e della sicurezza. Patrizia Morabito supporta il reparto ricambi e il processo degli ordini interni.

I tecnici Cristiano Canton, Michele D'Alessandro, Andreas Scherlin, Gualtiero Calabrese ed Adriano Vese provvedono, con tempestività ed efficienza, alle installazioni ed al servizio di assistenza tecnica post-vendita.
I tecnici italiani sono affiancati da tecnici tedeschi quando sono richiesti montaggi particolarmente lunghi o che debbano essere eseguiti in tempi molto ristretti.
Tutti i tecnici hanno conoscenze di elettrotecnica, meccanica ed elettronica applicata e parlano la lingua inglese e/o tedesca.
L'azienda si è dotata di un sistema di controllo telematico degli impianti che così, via modem, possono essere sempre verificati e testati: è anche possibile apportare modifiche ed aggiornamenti del software di comando e controllo in remoto.

La gestione della segreteria di direzione, del reparto commerciale e della corrispondenza in generale con le Case Madri è affidata a Susanne Hees.
Il servizio contabile/amministrativo viene seguito da Erika Bianchi, assistita da Alice Tonali.

La forza di Kannegiesser Italia, oltre alla qualità dei prodotti, è lo staff aziendale competente e determinato, capace di essere il miglior partner per le lavanderie industriali italiane.

Il team ricambi
The spare parts team

The service engineers Cristiano Canton, Michele D'Alessandro, Andreas Scherlin, Gualtiero Calabrese and Adriano Vese provide for punctual and efficient installations and after-sales service. In case of extensive installations and/or installations to be completed within a strict time frame, the Italian technicians are supported by technicians from the German parent company. All technicians have a good knowledge in electrical and mechanical engineering as well as in electronics and speak English and/or German.
By means of an electronic control system the machines can be checked or tested at any time via modem and it is also possible to modify or update the operating and application software online.

The office of the managing director, the sales department and the general correspondence with the parent companies are assigned to Susanne Hees. The account and administration department is managed by Erika Bianchi with the support of Alice Tonali.

Beyond the quality of the products, the strength of Kannegiesser Italia lies in its competent and determined staff, capable of being the best partner for the Italian industrial laundries.

Aziende di successo *Success stories*

Alessandro Rolli, da Dicembre 2009 lei è il direttore della Kannegiesser Italia. Come è arrivato in azienda?
Nel luglio 2004 sono entrato nel servizio commerciale della Kannegiesser Italia, trovando una solida organizzazione di vendita con uno staff motivato, composto di ottimi specialisti, con cui è stato facile entrare in sintonia e raggiungere insieme importanti obiettivi.
L'industria di lavaggio e noleggio del tessile mi ha sorpreso positivamente in quanto, a differenza del settore metalmeccanico delle macchine utensili dal quale provengo, si misura quotidianamente non solo con la competitività del processo ma con le prerogative di gestione del servizio con variabili assolutamente uniche: la stagionalità, la logistica di distribuzione, l'inderogabilità del servizio e non ultima la scarsa conoscenza del nostro settore da parte di coloro che usufruiscono del servizio stesso di lavanolo.
In questo contesto stimolante Kannegiesser Italia è una realtà in costante crescita sul mercato. I risultati ottenuti sono il riconoscimento da parte dei nostri clienti del nostro impegno, della nostra competenza nel fornire soluzioni vincenti e dei nostri prodotti in grado di aumentare la competitività delle aziende di settore.

Alcuni sviluppi futuri per la filiale?
Nonostante la crisi economica degli ultimi anni, Kannegiesser Italia ha registrato una crescita continua in termini di fatturato e portafoglio clienti. Ad oggi abbiamo circa 2.500 macchine Kannegiesser installate sul mercato italiano pertanto abbiamo introdotto personale nuovo e continueremo a farlo per aumentare la qualità del nostro servizio e per confermarci partner affidabile e leader Italiano nella fornitura di tecnologie per lavanderie industriali.

Alessandro Rolli, since December 2009 you are the managing director of Kannegiesser Italia. How did you come to work at this company?
At July 2004 I started in the sales department of Kannegiesser Italia and found a solid sales organisation with a motivated staff, consisting of optimally trained specialists with whom it was easy to establish a rapport and to achieve important goals.
I have been positively surprised by the industrial laundry business as, in contrast to the machine tool engineering sector where I come from, it daily copes not only with the competitiveness of the process but also with the particular management properties of the service with its absolutely unique variables: the seasonality, the distribution logistics, the mandatory nature of the service and not least, the lack of familiarity with our sector of those availing themselves of the textile rental service.
In this stimulating context, Kannegiesser Italia is a constantly growing organisation on the market. The achievements and results are the recognition by our customers of our efforts, our competence in providing winning solutions and the sustainable competitive advantage they can achieve through our products.

Some future developments for the subsidiary?
Despite the economic crisis of the last few years, Kannegiesser Italia has experienced continuous growth in terms of sales volumes and customer portfolio. Today about 2.500 Kannegiesser-machines are installed on the Italian market, therefore we employed and still recruit new staff in order to increase the quality of our service and to prove ourselves a reliable partner as well as Italian leader in laundry technology.

Kannegiesser Italia S.r.l.
Via Cesare Pavese 1/3
I - 20090 Opera Mi
Tel/Ph. +39 02 57606000
Fax + 39 02 57604933
info@kannegiesser.it
www.kannegiesser.it

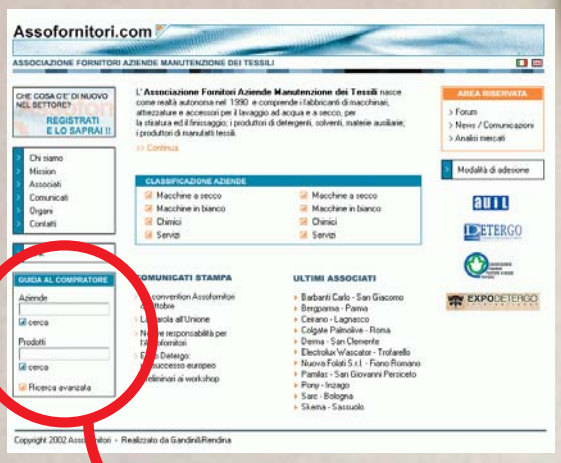
Kannegiesser® ITALIA

COMPRARE BENE... COL MOUSE CONVIENE!

Quante volte, appena acquistato un prodotto o un servizio, ci siamo accorti che ce n'era un altro che rispondeva meglio alle nostre esigenze? E quante volte siamo diventati pazzi per trovare qualcosa che assolutamente ci serve? Oggi, tutte le possibilità di trovare e confrontare modelli, prestazioni e prezzi sono lì, su internet, a portata del vostro mouse. Le più qualificate aziende del settore, riunite nell'Associazione Fornitori Lavanderie, hanno un Sito: www.assofornitori.com.
E su quel sito, addirittura un motore di ricerca: la "Guida al Compratore". Tutto quel che dovete fare è digitare nell'apposito spazio il nome del prodotto o dell'Azienda che vi interessa.
E sarete subito in contatto con chi può soddisfare le vostre richieste, al meglio.

www.assofornitori.com

come andare a una fiera...
ma comodamente in poltrona!



Nella "Guida Al Compratore", se digiti un prodotto, appaiono tutte le aziende che lo forniscono; se digiti il nome di un'azienda, appare l'elenco dei prodotti che vende.
E, sempre indirizzo, telefono e come contattarle

www.assofornitori.com

Tutto il mondo della lavanderia guarda a EXPOdetergo International

La fiera milanese dell'ottobre 2014 si annuncia occasione imperdibile per capire come alta tecnologia e servizi sempre più accurati stanno creando i nuovi business di un intero settore industriale

All the laundry industry has its eyes on EXPOdetergo International

The Milanese trade fair in October 2014 promises to be a must-attend event to see how leading-edge technology and ever more targeted services are creating new business throughout this industrial sector.

EXPOdetergo INTERNATIONAL

FIERA MILANO

EXPOdetergo International 2014 Ambiente, Tecnologia e Qualità. La proposta per il futuro

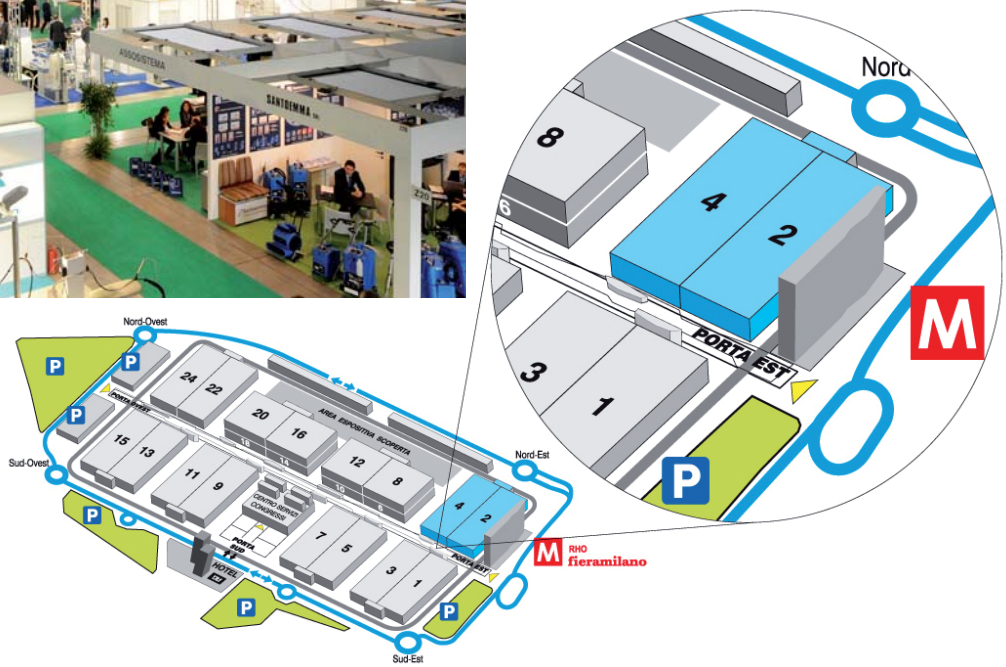
Tecnologia e servizi di eccellenza in un ambito importante e delicato come quello dell'igiene: è quanto offrirà agli operatori EXPOdetergo International, il grande appuntamento internazionale che **dal 3 al 6 ottobre 2014 tornerà a Fieramilano Rho** per confermarsi tra le massime manifestazioni mondiali dedicate a "Macchine, Tecnologie, Prodotti e Servizi per Lavanderia, Stireria e Pulizia del Tessile". Proprio quest'ultima parolina, "tessile", rimanda a una delle "anime" più importanti di un Made in Italy che è storia, non solo del recente '900, ma di un intero Paese, la cui cultura economica si fonda in modo importante sulla moda, l'abbigliamento, il look della vita quotidiana.
Di sicuro non vestiremo più "alla marinara", tanto per citare un libro best seller di Susanna Agnelli, e nemmeno griffatissimi come nella celebre "Milano da bere" degli anni '80, ma di certo contribuiremo in modo significativo agli sviluppi di un mercato del tessile che, per quanto riguarda l'Italia, sta tentando, in questo 2013, l'impegnativa risalita da far seguire ai chiari di luna del 2012.
Ecco allora che, a fine 2014, EXPOdetergo International costituirà un osservatorio impagabile

*Advanced technology and top quality services in an area of paramount importance, that of hygiene. This is in a nutshell what EXPOdetergo International will be offering to the trade at the **Fieramilano Rho exhibition center from October 3 to 6, 2014,** thus proving once again to be one the world's foremost events focusing on "Machines, Technologies, Products and Services for Laundry, Ironing and Textile Cleaning". The very word 'textile' is in fact synonymous with one of Italy's historic core businesses that fuels the fashion and clothing industries and inspires the trendy look of Italian people.*
Even if the "we wore sailor suits" era is over (quoting the title of Susanna Agnelli's best-selling book) and the same is true of the fashion-obsessed atmosphere prevailing in the '80s, Italy will certainly make a major contribution to the development of a textile market, which, at least in our country, is striving to recover after the setbacks suffered in 2012.
Because of all this, at the end of 2014 EXPOdetergo International will provide an invaluable vantage point of the state of health and prospects of the vital industry of textile care.
Its performance is closely intertwined (in numerous and sometimes relatively unknown ways) with that of the industrial laundries whose production cycles are fuelled by textiles designed for

EXPOdetergo International '14 Environment, Technology and Quality. An eye to the future

sullo stato di salute, e le prospettive, di un comparto così vitale come il tessile. Il cui stato di salute, si sa, si svela anche attraverso gli intrecci, numerosi e non tutti così noti, con quel settore della lavanderia industriale che alimenta i propri cicli produttivi anche utilizzando prodotti tessili destinati alla sanità, alla ristorazione e all'industria alberghiera. Fermo restando che se un qualsiasi operatore economico va in cerca di lavanderie industriali modello di avanguardia tecnologica e volumi di affari, l'Italia gli offrirà un panorama quanto meno ricco di possibilità
Motivi per cui si comprende come quello della fornitura per lavanderia resti un comparto industriale dove l'Italia è uno dei riconosciuti leader mondiali, per quanto riguarda le forniture al settore del lavaggio a secco e stiro, con presenze significative anche in quello delle lavanderie industriali. EXPOdetergo International 2014, edizione numero diciassette della fiera, di cui è attualmente presidente l'ingegner Luciano Miotto, si annuncia perciò evento imperdibile per chiunque sia interessato a fotografare tendenze e possibili sviluppi di un mercato quanto mai vitale e articolato, così come testimoniato dai numeri della scorsa edizione, svoltasi nell'ottobre 2010: +17% di espositori, per un totale di 281 aziende (di cui il 32% straniere, provenienti da 18 Paesi), e + 36% di visitatori, per un totale di 20mila ingressi (di cui il 75% da parte di operatori professionali, con seimila presenze straniere).
"Fiera Milano si conferma uno scenario privilegiato per una delle più strategiche nicchie della meccanica industriale – afferma Marco Serioli,

the healthcare, hotel and catering industry.
Last but not least, it should be pointed out that Italian industrial laundries have set new standards worldwide for their advanced technology and business volumes.
These are the reasons why Italy is one of the leaders worldwide as regards supplies to the dry-cleaning and ironing sector, with a significant presence also in industrial laundries.
EXPOdetergo International 2014, which will be celebrating its 17th anniversary, is currently managed by President Eng. Luciano Miotto.
This exhibition promises to be a not-to-be-missed event for anyone interested in gaining a first-hand view of trends and potential developments of an extremely vital and wide-ranging market, as evidenced by the statistics reported for the previous show held in October 2010: 17% increase in exhibitors, for a total of 281 companies (including 32% from 18 countries), and a 36% increase in visitors, with a total of 20,000 entrances (75% of which by the trade, with 6,000 visitors from abroad).
"Fiera Milano reaffirms its role as an invaluable venue for one of the most strategic niches of the machine building industry - says Marco Serioli, Exhibitions Division Director of Fiera Milano - and we look forward to continuing to share the story of EXPOdetergo International and its success in recent years.
We will once again support and foster the innovations of this industry which will, as usual, draw the attention of the trade".
The show, held for the first time in 1977 with



direttore della divisione Exhibitions di Fiera Milano – e siamo lieti di poter continuare a condividere la storia di EXPOdetergo International e i suoi successi di questi anni. Saremo ancora una volta al fianco delle innovazioni di questo settore, che, siamo certi, troveranno piena attenzione tra gli operatori".
All'interno della manifestazione, che è nata nel 1977, ed è cresciuta edizione dopo edizione, sarà possibile trovare il meglio degli impianti di lavaggio a secco, di lavaggio ad acqua, nonché gli ultimi ritrovati tra i prodotti chimici, i servizi, la logistica e l'elettronica gestionale: tutto quanto serve alla manutenzione dei più eleganti set per ristoranti e alberghi prodotti dai nostri manifatturieri tessili. Una panoramica esauriente sarà inoltre dedicata ai sistemi di stiratura, e a tutte le tecnologie più avanzate per una migliore e più efficace manutenzione dei tessili.
Hotel e ricettività alberghiera, ristorazione, ospedali, sanità e centri di assistenza: sono tante e diverse le realtà che oggi chiedono soluzioni innovative all'interno di questo settore, e sempre di più sono i comparti economici che necessitano di risposte concrete e tempestive, rispettando i più alti standard di qualità, igiene e sostenibilità.

Expodetergo International occuperà i padiglioni 2 e 4 del quartiere Fieramilano, i più comodi, perché adiacenti all'uscita della metropolitana e del passante ferroviario a un passo da Porta Est, uno degli ingressi principali del quartiere.
L'appuntamento è dunque dal 3 al 6 ottobre 2014 a Fiera Milano.

La campagna di adesione è già aperta: per informazioni e iscrizioni: expodetergo@fieramilano.it o chiamare lo +39 02 4997.6215/6241

exponential growth ever since, will provide a complete overview of the best solutions in the area of dry cleaning, washing, and chemicals, as well as services, logistics and management electronics, in addition to ironing systems and all the most advanced technologies for improved and more effective textile care.
Hotels and hospitality, restaurants, hospitals, and health care facilities: there are many different fields that today demand innovative solutions in this area, and an increasing number of economic sectors need concrete and timely answers that comply with the highest standards of quality, hygiene and sustainability.

EXPOdetergo International will be held in Pav. 2 and 4 of the Fiera Milano fairgrounds, the most convenient ones because they are close to the underground and the railway link, a few steps from Porta Est, one of the main entrances to the exhibition grounds.
The appointment is therefore from 3 to 6 October 2014 at Fiera Milano.

Registration open: for information and registration write to expodetergo@fieramilano.it or call +39 02 4997.6215/6241

Il tempo è il giudice più severo per garantire la qualità di un prodotto. Lo sappiamo bene noi della Masa che, per la produzione della nostra tovaglieria e dei nostri coordinati per camera e bagno, utilizziamo solo filati altamente selezionati. Inoltre, gli elevati standard tecnologici di produzione - e il costante controllo qualitativo su tutte le fasi di confezionamento - ci consentono di ottenere un prodotto finito che unisce a un design moderno ed esclusivo carratteristiche di resistenza e di durata senza paragoni. Solo in questo modo possiamo essere sicuri che i nostri prodotti, anche dopo ripetuti lavaggi industriali, mantengano inalterata la loro qualità e la loro bellezza originali.

THE MASA FABRICS. LONG-LASTING PRODUCTS GIVING PROMINENCE TO QUALITY. Time is the severest judge to guarantee product quality. Masa, who is well aware of it, uses only highly selected yarns to manufacture its own table linen as well as bathroom and bedroom sets. Moreover, high technological production standards and the constant quality control on all packaging phases allow us to realise a finished product that can combine a modern and exclusive design with matchless wearability and durability features. Only in doing so, we can be sure that our products can keep their original quality and beauty unaltered even after repeated industrial washing processes.

FIDUCIA NEL TESSILE Test sostanze nocive

CERTITEX

CISQ

IQNet

Azienda con Sistema Qualità
UNI EN ISO 9001:2000 - Certificato N. 247

Masa S.p.A Industrie Tessili - Via Mestre 37 - 21050 Bolladello di Cairate (VA) Italy
Tel. +39 0331 310145 Fax +39 0331 311325 E-mail: masa@masa.it **www.masa.it**

MASA

ASSOSISTEMA

Rinnovo CCNL 2012-2015

Assosistema, il nuovo Contratto per rilanciare le imprese

di Laura Lepri

L'Associazione con Femca Cisl, Filctem Cgil e Uiltec Uil ha siglato l'intesa di rinnovo del Contratto Collettivo Nazionale di lavoro 2012-2015 per i lavoratori dipendenti dalle imprese del sistema industriale integrato di beni e servizi tessili e medici affini. La trattativa, durata un anno, è stata caratterizzata da un confronto vivace e a volte anche serrato. Da una parte le richieste dei Sindacati di aumentare i redditi dei lavoratori, tartassati dall'Imu e dall'aumento dell'Iva e dall'altra, la necessità per le imprese di contenere i costi del lavoro, hanno saputo trovare insieme punti di incontro e soluzioni per salvaguardare il futuro del settore.

È stato firmato a Roma il 19 giugno scorso il rinnovo del Contratto Collettivo Nazionale di lavoro 2012-2015 per i lavoratori dipendenti dalle imprese del sistema industriale integrato di servizi tessili e medici affini, tra Assosistema, unico rappresentante di categoria, e le Organizzazioni Sindacali Femca Cisl, Filctem Cgil e Uilta Uil.
L'accordo interviene a quasi un anno dall'inizio delle trattative e in una fase molto delicata per il settore, messo a dura prova dall'annoso problema dei ritardati pagamenti della Pubblica Amministrazione, dagli effetti della Spending Review e della Legge Stabilità, che hanno generato flessioni di fatturato fino al 20% ed incentivato la concorrenza sleale.
Proprio per questo, il rinnovo del CCNL diventa un'occasione fondamentale per dare risposte concrete alla crisi e per sostenere le imprese nel loro rilancio.
"Con la firma del Contratto, le parti sociali hanno dimostrato che, laddove non sono arrivate le istituzioni negli ultimi quattro anni, si possono raggiungere obiettivi comuni attraverso il dialogo e il confronto - ha commentato Maximilien Eusepi, Presidente di Assosistema - Il settore della sanificazione del tessile e dello strumentario chirurgico è, infatti, maturo per accogliere quel cambiamento culturale che rifiuta la logica dei tagli e delle riduzioni, a favore di un mercato dell'impresa che si avvale di standard contrattuali ed organizzati certificati, in un'ottica di qualità del servizio e di sicurezza dei lavoratori e degli utenti finali".
Con la firma del protocollo, Assosistema e le parti sociali si sono quindi impegnate ad adottare in via sperimentale un sistema di qualificazione delle imprese, in attesa che venga disciplinato con Decreto del Presidente della Repubblica, così come previsto dall'art. 27 T.U. n. 81 del 2008.
"Il percorso verso la qualificazione non termina certo qui.
Ma ora le Istituzioni e il Governo Letta devono fare la loro parte. Noi ci auguriamo che il nostro impegno e la nostra determinazione siano di stimolo in tal senso e che contribuiscano a creare un mercato più virtuoso, efficiente e sicuro", ha concluso Eusepi.
Altri aspetti importanti del rinnovo del CCNL sono stati: il ricorso a misure di flessibilità dell'orario di lavoro, in caso di cali della produttività aziendale, l'affidamento all'Ente Bilaterale Nazionale di iniziative di studio e formazione sul tema della sicurezza sul lavoro nonché la sperimentazione di una tavola di sviluppo professionale, fondata sulla valutazione del lavoratore in base al raggiungimento di competenze e risultati.
Per quanto riguarda invece gli aumenti economici, le parti hanno concordato un incremento complessivo di 120 euro lordi mensili, corrisposto in quattro tranches da giugno 2013 a giugno 2015.

Il Protocollo sulla qualificazione delle imprese esempio di regolamentazione del mercato

Un sistema di verifica della regolarità complessiva degli appalti e un attestato di qualità per quelle imprese che operano sul mercato nel rispetto di specifiche norme e attraverso determinati requisiti.
Parte da questi presupposti la sigla del Protocollo sulla qualificazione delle imprese tra Assosistema, Femca Cisl, Filctem Cgil e UIltec Uil in occasione del rinnovo del CCNL del settore della sanificazione del tessile e dello strumentario chirurgico. L'Associazione datoriale e i sindacati si sono trovati d'accordo sulla opportunità di individuare una vera e propria procedura che consenta alle imprese del settore - che effettuano, in regime di appalto, la sanificazione del tessile in favore di grandi committenze, quali case di cura, catene alberghiere, ristoranti - di ottenere un attestato di virtuosità. Nel dettaglio, il riconoscimento di azienda qualificata spetterà a quelle imprese che saranno ritenute, da un'apposita Commissione di verifica, in possesso di ben specifici requisiti di carattere normativo, tecnico e qualitativo.
"In sostanza, riceveranno il "bollino blu" quelle imprese che: a) assumono prevalentemente a tempo indeterminato, b) osservano integralmente il CCNL di settore, c) si avvalgono delle procedura di certificazione per i propri contratti flessibili e per i contratti di appalto, d) rispettano le norme antinfortunistiche, e) sono in regola con i versamenti previdenziali, f) osservano le norme tecniche che garantiscono l'abbattimento della carica microbiologica per i dispositivi sanificati/sterilizzati (UNI EN 14065:2004)", spiega Maximilien Eusepi, Presidente di Assosistema. Il tutto nell'ottica di una maggiore responsabilizzazione degli operatori che intervengono nella filiera produttiva. Una responsabilizzazione fortemente voluta dalle parti sociali, al punto da anticipare, attraverso la firma del protocollo, quanto il Legislatore aveva promesso di attuare ben quattro anni prima. E' questo, infatti, il lasso di tempo ormai trascorso da quando è stata introdotta nel Testo Unico Salute e Sicurezza la norma che aveva individuato il settore della sanificazione del tessile come "pilota" per l'introduzione di un sistema di qualificazione (art. 27 del d.lgs. n. 81/2008). "Tuttavia, il sistema di qualificazione immaginato dal Legislatore è ancora teoria perché il DPR, che ne avrebbe dovuto dare attuazione, impantanato presso la Commissione Consultiva del Ministero del Lavoro, ancora non vede la luce. E così, all'inerzia delle istituzioni hanno posto rimedio le parti sociali, offrendo un bell'esempio di regolamentazione del mercato. Questa volta partendo dal basso, in virtù di un accordo tra associazione datoriale e sindacati", continua Eusepi.
Un accordo, quello sulla qualificazione delle imprese, che consente ai committenti di affidare in appalto le attività di sanificazione del tessile ad imprese che operano nel rispetto delle leggi a tutela del lavoro, con standard organizzativi e produttivi in linea con le norme di buona tecnica. Questo è il motivo per cui le parti sociali hanno concordemente ritenuto che la procedura di qualificazione fosse un sistema capace di preservare la regolarità dell'appalto, con ciò garantendo ai committenti un più favorevole regime di responsabilità per il caso di mancato pagamento delle retribuzioni ai lavoratori impiegati nell'appalto (art. 4, comma 31 della L. n. 92/2012).
"In sostanza, il protocollo offre un innovativo sistema di regolamentazione di quei mercati fortemente frammentati, rispetto ai quali, nella lunga filiera che passa dalla committenza all'appaltatore ed eventualmente al subappaltatore, si possono nascondere sacche di illegalità. Che danneggiano i lavoratori e le imprese sane. L'obiettivo del protocollo è, dunque, duplice: da un lato, accrescere la tutela dei lavoratori che operano nell'appalto e porre un robusto argine ai fenomeni di illegalità, concorrenza sleale fra imprese e lavoro sottocosto; dall'altro lato porre i committenti nella condizione di individuare, fra le tante aziende di sanificazione presenti sul mercato, quelle attente alla qualità della propria attività produttiva, in grado di garantire la sicurezza igienica dei prodotti trattati, ma anche di gestire correttamente i rapporti di lavoro e tutelare la sicurezza dei propri dipendenti", conclude Eusepi.

FIERE
TRADE SHOW

Italia a Clean, una squadra di grandi solisti

L'ottima figura globale conseguita a New Orleans dall'industria di casa nostra è dovuta a tante, singole eccellenze espresse nei vari settori della fornitura per lavanderie

Italy at Clean, a team of great soloists

The outstanding global impression made by Italy's cleaning industry in New Orleans was the result of many individual expressions of superiority in diverse laundry and cleaning supply sectors

di/*by* Stefano Ferrio

Come può una squadra "fare gioco" pur essendo composta da grandi solisti? Domanda che in Italia ci portiamo dietro da sempre, maledicendo le varie nazionali sportive quando le primedonne giocano solo a offuscarsi a vicenda, e meravigliando il mondo intero nel momento in cui le varie stelle vanno a disporsi nel modo giusto, senza che il loro collettivo splendore possa lasciare una sola possibilità di replica a smarriti avversari. È stato così anche sul campo aperto di Clean 2013, in una New Orleans dove gli italiani, rigorosamente "pochi ma buoni", si sono conquistati la loro indiscutibile e inconfondibile fetta di cielo, identificata senza problemi fra i colossi americani che esponevano in casa, e le grandi aziende europee - come Ecolab, Jensen, Kannegiesser e Vega - venute a sfoggiare le loro meraviglie.
D'altra parte, basta fare una capatina nel sito di un marchio italiano come Union per vedere che, cliccando sulla cartina degli Stati Uniti, le macchine della casa bolognese, commercializzate dalla sede di McDonough, in Georgia, sono usate da centinaia di azien-

How can a team play by "teamwork" when it is composed of so many great soloists? It is a question we Italians have asked ourselves over and over, cursing various national sports teams when the star performers play only to overshadow one another, and then suddenly the world is in awe when those separate 'stars' position themselves to form a winning 'constellation', and their collective splendor leaves not even the slightest opening for their bewildered adversaries to respond.
The same thing happened on the playing field of Clean 2013, in a New Orleans where a few Italians, (few in number but top in quality), managed to capture their own unmistakable slice of "heaven". Their brilliance was easily identified in the midst of American giants, exhibiting on their home turf, and the great European players – like Ecolab, Jensen, Kannegiesser and Vega – who were there to show their most remarkable wares. Frankly, a visit to the website of an Italian brand like Union, with one click on the map of the United States is all it takes to see that the machines made by this Bologna-based manufacturer, and marketed through the company's US headquarters in McDonough, Georgia, are already popular with hundreds of companies spread out across the US, who are big fans of products like the company's "K" series that use alternative solvents. So, at Clean, no one was surprised to see the Union stand always filled to overflowing. The same crush of visitors could be seen at Realstar (another Italian firm with a commit-

de sparse in tutti gli States, sensibili a serie come la "K", basate sull'uso di solventi alternativi. A Clean quindi nessuno stupore di fronte a uno stand Union sempre affollato, o anche davanti a quello della Realstar, altra casa italiana con vocazione a stelle e strisce, secondo quanto insegnano trent'anni di una storia radicata tanto a Bologna, che negli States conquistati da modelli polifunzionali come Multiwash.

Il fascino dell'America, si sa, sta innanzitutto nella sua infinita varietà di temi, colori, situazioni. Dove c'è posto per una vocazione innata verso la Bellezza, a patto di riconoscere che si tratta di un concetto quanto mai aperto di "Beauty", sensibile non solo all'armonia delle forme, ma anche alla perfezione di un disegno interno, alla sublime concordanza fra Tecnica e Design, alle potenzialità evocatrici di macchine da ammirare e non solo da usare. In tal senso Ipura è il gioiello di Ilsa che si ammira nello stesso, esatto momento in cui lo si usa, visto come esalta, tramite operazioni manuali ridotte al minimo, una tecnica a iniezione Jet Clean ideata per rispettare integrità e brillantezza dei materiali utilizzando un solvente idrocarburo alifatico a basso impatto ambientale.

E non a caso parla di grandi affari il bilancio finale di Ilsa a New Orleans, esattamente come Renzacci, il cui prestigio negli Stati Uniti è acquisito alla stregua di altri, storici brand del Made in Italy. A Clean 2013 lo testimonia l'enorme successo arriso al "Nature Care System", grazie a cui sensibili riduzione di acqua ed energia si accompagnano a prestazioni di eccellenza nel lavaggio con nuovi solventi alternativi.

A ben guardare, è come se all'America dei nostri giorni, così intimamente "green" e incline all'innovazione, fosse sufficiente fare una sorta di "appello" perché gli italiani rispondano svelandosi immancabilmente fra i primi della classe. È il caso anche di Italclean, che a New Orleans ha lasciato il segno grazie alle alla sua nuova macchina a idrocarbonio Drytech, il cui cesto sospeso e senza distillo concorre in modo essenziale a cicli di lavaggio inferiori ai 50 minuti, con utilizzo di solventi alternativi tipo Green Earth e K4.

ment to the stars and stripes), where 30 years of history as firmly established in Bologna as in the US, provide a lesson on how to be a winner with multifunction models like the Multiwash.

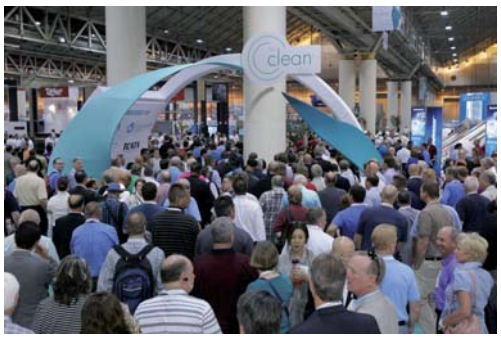
The lure of America, we know, lies primarily in the kaleidoscopic variety of its interests, colors and situations — an arena where there is space for an inherent commitment to Beauty, as long as we agree that it is a very broad opinion of "Beauty", swayed not only by the harmony of form, but also by the perfection of its internal function, by the 'stellar' symmetry between Technique and Design, and by the evocative powers of machines to delight the eye and not just the pocketbook. In this context, Ipura by Ilsa is a jewel worthy of admiration, especially while it is in operation; its sleek performance reduces manual operation to a minimum, and employs a cutting edge Jet Clean injection system engineered to safeguard the integrity and splendor of fabrics, because it uses an earth-friendly aliphatic hydrocarbon solvent.

It comes as no surprise that business was brisk at Ilsa as a result of their efforts in New Orleans. As it is at Renzacci, whose prestige in the United States was acquired in the same way as other, historic Made-in-Italy brands. The proof was clear at Clean 2013 as success smiled on the "Nature Care System", which offers substantial savings in water and energy, while providing superior washing performance, using alternative solvents.

On closer examination, it is as if in present-day America, so devotedly "green" and into innovation, it were enough to put out the "call", for the Italians to reply, with a typically top of the class showing. The same can be said of Italclean, which left its own mark on New Orleans, thanks to the new Drytech hydrocarbon machine with floating drum and no distiller, essentially putting it head to head against machines with wash cycles under 50 minutes, and the use of alternative

Per non parlare di quel riconosciuto fiore all'occhiello del Made in Italy che è da sempre lo stiro. Dove le nostre case sono state ancora una volta mattatrici, proponendo l'immagine ideale di un defilè meccanico in cui ammirare il design e le prestazioni di manichini destinati a lasciare il segno nella storia del settore. È il caso di Pantastar, stirapantaloni con cui Trevil soddisfa in modo esemplare le domande di qualità e alta automazione, con funzioni manuali così minime da consentire la perfetta gestione della macchina anche allo studente universitario appositamente ingaggiato a New Orleans. Analoghe considerazioni valgono per lo stira-camicie Eagle sfoggiato da Pony, con performance rese esaltanti dal sistema di recupero dell'aria Hars (Hot air recovery system), con cui tempi di asciugatura più rapidi si accompagnano a maggiore risparmio energetico. Mentre, dopo il lancio avvenuto al Texcare 2012 di Francoforte, continua a destare meraviglia il 296 della Fimas, factotum elettropneumatico ideato per lo stiro pressato integrale di camicie comprensivo di corpo, carrè, spalle, maniche e felsino.
Secondo un'immagine di Made in Italy che completa non può essere senza gli accessori, il figurone del nostro Paese a Clean 2013 viene completato da A13, marchio milanese che, con l'apertura della propria filiale a San Giovanni Persiceto (Bologna), ha ulteriormente potenziato in qualità e quantità un catalogo particolarmente apprezzato in America per le ricche linee di nastri, rivestimenti e ricambi per lavasecco. Ottimi riscontri hanno fatto registrare anche i carrelli e i contenitori per lavanderia di un'altra azienda affermata come la varesotta Dante Bertoni.
Questi gli italiani ufficialmente scesi in campo. Assieme ai quali, tornando al gioco di squadra da cui siamo partiti, occorre citare quanti, pur non occupando uno stand, hanno voluto partecipare a Clean 2013, magari come ospiti in altri stand, per perfezionare accordi, testare prodotti, cercare motivi di una futura ispirazione: è il caso di Barbanti e Grandimpianti per le macchine, e

solvents like Green Earth and K4.
Not to mention Italy's well-known flagship product: ironing and pressing equipment. Here our manufacturers once again stood out as star performers, in what looked and felt like a machinery 'fashion show', where the design and performance of shirt finishers destined to leave their mark in the annals of industry, took center stage. A case in point is Pantastar, the trouser finisher by Trevil that elegantly satisfies the demand for quality and full automation, with such minimal manual functions that it can even be operated by the university student hired to do just that in New Orleans. Similar rave reviews were earned by the Eagle shirt finisher trotted out by Pony, whose championship performance is ensured by (HARS), a hot air recovery system that provides faster drying times and greater energy savings. After its launch at Texcare 2012 in Frankfurt, the Fimas 296 continues to wow crowds; this electro-pneumatic jack-of-all-trades is crafted for universal shirt finishing of the body, yoke, shoulder, sleeves and sleeve placket.
An image of Made in Italy production would not be complete without accessories; A13 brought the country's excellent showing at Clean 2013 full circle. With the opening of a branch in San Giovanni Persiceto (Bologna), the brand further bolstered both the quality and quantity of a product range that is highly valued in America, thanks to its vast line of tapes, covers and parts for dry cleaning equipment. A fine impression as well for the laundry trolleys, carts and bins was made by Varese-based Dante Bertoni.
These are the Italians who officially turned out on the playing field. Coming back to the analogy of team play this article began with, it is imperative to mention all those who, though they did not occupy a stand, showed up to participate in Clean 2013, perhaps as guests of other stands, to finalize deals, test products, or find inspiration for future production. This is true of machinery suppliers Barbanti and Grandimpianti, and SurfChimica in the area of detergents.
Is it possible to do more? Certainly. Carlo Miotto, sales manager for Imesa, the Treviso-based company whose dry cleaning machines



SurfChimica per i detergenti.
Si può fare di più? Sicuramente. Lo chiarisce molto bene Carlo Miotto, direttore commerciale di Imesa, la casa trevigiana di macchine per lavanderia dalla vocazione sempre più felicemente "global". "Clean, da cui Imesa torna con un bilancio positivo, resta punto di riferimento ineludibile per quanto riguarda il mercato del Coin Op. Ma, al di fuori dell'automatico, restano grandi margini di espansione verso i nuovi mercati, Asia e Africa innanzitutto".
Obbiettivo obbligato, quanto entusiasmante, per un'altra, prossima fiera: Expodetergo 2014, a Milano.

are on a growing mission to go global, explains: "Clean (which also brought positive results for Imesa), remains a must for the Coin Op market. But, aside from that, there are still huge margins for expansion into new markets, Asia and Africa to begin with".
The next must-do, and equally exciting occasion: Expodetergo 2014, in Milan.

FIERE
TRADE SHOW

NEW ORLEANS, PALCOSCENICO DI UN ALTRO CLEAN SHOW DI SUCCESSO

La mostra Clean 2013, svoltasi presso il New Orleans's Morial Convention Center dal 20 al 22 giugno, ha visto la partecipazione di 422 espositori per una superficie complessiva netta di stand espositivi pari a circa 18.000 metri quadrati. Le statistiche evidenziano un aumento nella partecipazione superiore al 4% rispetto a Clean 2009, l'ultima edizione della mostra svoltasi a New Orleans, con un aumento dello spazio espositivo di circa il 6% rispetto al 2011 a Las Vegas.
Per coloro che avevano partecipato in passato, Clean 2013 è stata una mostra delle 'novità e innovazioni', arricchita anche quest'anno da sessioni informative organizzate ogni pomeriggio all'interno della fiera, una nuova app per smartphone per muoversi e programmare gli appuntamenti e l'uso delle nuove tecnologie dei social media con informazioni in tempo reale tramite Twitter feed. Tutte le novità sono state ben accolte sia dagli espositori che dai visitatori, facilitando il confronto e l'apprendimento durante la mostra.
E' una delle più grande esposizione al mondo di prodotti per la manutenzione tessile con dimostrazioni dal vivo dei macchinari. Clean 2013 ha attratto 10,300 visitatori da tutti i 50 stati americani, che includono 1,663 operatori da 83 paesi. I contingenti rappresentativi più ampi sono stati quelli dal Canada, 365, Giappone, 121, Brasile, 118, Messico, 105, e Australia, 101. Clean 2013 ha offerto circa 40 ore di sessioni educative, incluso le 6 sessioni aggiuntive offerte sempre all'interno della mostra. Le sessioni sono state organizzate da 4 dei 5 sponsor e da altre 3 associazioni correlate al settore. Molte sessioni hanno richiamato talmente tanto pubblico da registrare il tutto esaurito. I partecipanti hanno potuto usufruire di tutte le sessioni, dal costo stimato di quasi $10,000, senza costi aggiuntivi rispetto al modico prezzo di ingresso.
Infine, in una conferenza stampa tenutasi durante Clean 2013, gli sponsor hanno accennato all'edizione del 2015 che si terrà ad Atlanta. Un rappresentante dell'Atlanta Convention e del Visitors Bureau ha parlato di tutte le nuove attrazioni che la città avrà da offrire ai partecipanti e agli espositori. Clean 2015 si terrà nell' Atlanta's Georgia World Congress Center nell'aprile del 2015.

CUTTING-EDGE INTERNATIONAL PROFESSIONALS
400 EXHIBITORS + 10,000 ATTENDEES UNDER ONE ROOF
NEW PRODUCTS 72 COUNTRIES REPRESENTED INNOVATIVE
CLEAN 2013
DEMONSTRATIONS IDEA EXCHANGE CUTTING-EDGE
INDUSTRY NETWORKING TECHNOLOGY
EXPERT ADVICE THOUGHT LEADERS EDUCATION

NEW ORLEANS HOSTS ANOTHER SUCCESSFUL CLEAN SHOW

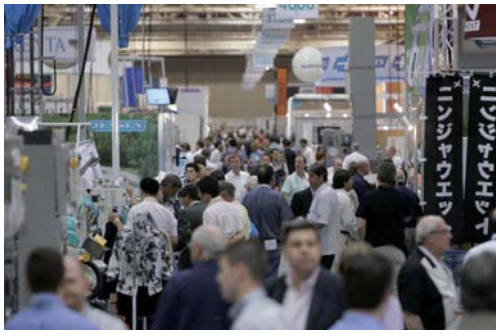
Clean 2013 held June 20-22 in the New Orleans's Morial Convention Center recorded 422 exhibiting companies using a total of 195,140 net square feet of booth space. Registration numbers show over a 4 percent increase in attendance from Clean 2009, the last time the show convened in New Orleans, and there was approximately a 6 percent increase in exhibit space from 2011 in Las Vegas.
Clean 2013 was a show of firsts for those who've attended in the past. This year the show offered educational sessions each afternoon on the show floor, a new smartphone app to navigate and schedule meetings, and the use of new social media technology with live Twitter feeds throughout the convention floor.
All changes were well received by exhibitors and attendees alike, making it easier to learn and network during the show.
It is the world's largest exhibition of textile care products featuring working equipment. Clean 2013 drew in 10,300 people from all 50 states including 1,663 people from 83 other countries.
The largest foreign contingents were from Canada, 365; Japan, 121; Brazil, 118; Mexico, 105; and Australia, 101.
Approximately 40 hours of educational sessions were available at Clean 2013 including the six additional sessions offered on the floor itself. Sessions were provided by four of the five show sponsors as well as three additional related associations.
Many sessions overflowed to standing room only. Attendees were able to take advantage of all sessions, valued at almost $10,000 at no additional cost above the modest registration fee.
Finally, at a press conference during Clean 2013, the Show Sponsors gave a sneak peak about the 2015 show to be hosted in Atlanta. A representative of the Atlanta Convention and Visitors Bureau spoke of all the new attractions the city will have to offer attendees and exhibitors. Clean 2015 will be in Atlanta's Georgia World Congress Center in April of 2015

FIERE
TRADE SHOW

New Orleans, dieci ragioni oltre il “Clean”

New Orleans, ten reasons beyond “Clean”

di/by Stefano Ferrio



La dimensione del “pulito”, richiamata dal nome, dà ragione solo in parte di un successo basato su altre categorie: la tutela ambientale, le nuove relazioni tra fornitori e imprese, il fattore umano. E infatti qualcuno, forte di questi dati, guarda già ad Atlanta 2015...
Clean 2013, tre giorni di fiera a New Orleans, nel cuore di un’America “Frontiera dell’Automatico”, da cui si torna con un mare di news. Volendo selezionarle a mo’ di top ten, puntando sulla qualità e l’attualità del loro contenuto, ecco cosa vi proponiamo.
Non prendetela come una classifica, meglio intenderla quale semplice lista:

1. PLUS

“Alla fine della fiera”, come si usa dire, una delle parole più gettonate, più citate nei commenti degli addetti ai lavori presenti a Clean 2013 era “Plus”. E non a caso, visto che Plus è l’attuale cavallo di battaglia di un colosso americano come Electrolux: quattro lettere che significano in realtà un quadruplo “più”, essendo l’acronimo di “Professional Laundry Utility Service”. Non solo una nuova, articolata linea di macchine, ottimamente sbandierata dalla serie Crossover (nome significativo per come annulla frontiere predefinite fra lavatrici per privati e per aziende), ma anche una gamma così estesa di possibili finanziamenti e agevolazioni da prefigurare una relazione molto più empatica e articolata con il cliente. Verso il quale Electrolux non si pone più come semplice fornitore, ma preferisce invece rapportarsi come partner, vestendo i panni del “coach”, figura di guida-allenatore così cara alla grande tradizione americana. Semplice ed efficacie il messaggio: “Vuoi tentare l’avventura? Noi siamo al tuo fianco,

The success of the so-called “clean” dimension partially derives from other factors: environmental protection, new supplier-business relationships, the human factor. Some in fact, encouraged by the data, already set their sights on Atlanta 2015...
Clean 2013, the three-day trade show in New Orleans, the heartland of the American “Frontier of Automation” is where we returned from abuzz with all sorts of news to share. Here are our “top ten” picks based on content quality and actuality. Keep in mind that this is meant to be a list, not a ranking in itself.

1. PLUS

A true “show-stopper” and the buzzword most often cited by those working at Clean 2013 was “Plus”. This is no surprise, as Plus is the war horse of an American giant such as Electrolux: four letters that actually stand for a quadruple “plus” as the acronym of Professional Laundry Utility Service”. Its scope includes not only a new and broad line of machines proudly heralded by the “Crossover” series (a name that connotes filling the gap between household and commercial laundry machines) but also an extremely wide range of financing options and special deals bound to foster a much more empathic and diversified relationship with customers. Electrolux is stepping out of the box and telling customers it wishes to be more than just a supplier, it wants to be their partner, their guide, their “coach”, the trainer-mentor figure utterly beloved by American tradition. The message is simple and effective: “Ready for adventure? We’ll stand by you because after the great crisis, your victory is ours as well.”

2. “EVERGREEN”

For the vast majority of Americans, with important connotations for their target markets, the word “Clean” by itself no longer suffices. It has to be accompanied by “Green”, the word that encompasses all values deemed essential by all American laundry industry stakeholders: environmental safety, clean energy, minimal consumption. “Green” brands were prominently featured

perché dopo la grande crisi una tua vittoria sarà anche la nostra vittoria".

2. "SEMPREVERDE"

Per la stragrande maggioranza degli americani, con riflessi importanti nei mercati a cui si rivolgono, "Clean", pulito, è una parola che da sola non basta più. È obbligatorio aggiungere quel "Green", verde, che sintetizza valori ritenuti irrinunciabili da chi opera nell'industria americana della lavanderia: sicurezza ambientale, energia pulita, consumi virtuosi. Marchi "Green" hanno caratterizzato in modo forte l'intero allestimento di Clean 2013, ponendosi come premessa indispensabile per conferire con un qualsiasi interlocutore americano. Nell'ambito del lavaggio a secco ciò significa un'estinzione ormai totale del percloro, a favore di detersivi alternativi che non escludono mai apporti derivati da una sperimentazione incessante, vedi gli studi sull'ozono svolti dall'Università del Nord Carolina per essere presentati proprio a "Clean". Qui i professori Cameron Trapp, Jan Ballard e March DeBrum hanno dimostrato l'esito delle loro ricerche, da cui si desume che con l'ozono si otterrebbero valori di pulito superiori dell'11% rispetto a quelli dovuti a metodi tradizionali.

3. "LAVORARE NON STANCA"

Polo dalla foggia attraente, tute con cui fare un salto al pub, braghe di straordinaria comodità. Quasi per contraddire idealmente il titolo di un glorioso libro di Cesare Pavese, "Lavorare stanca". A Clean 2013 visitare uno stand come quello di SanMar dava il polso di un mercato dell'abbigliamento da lavoro in continuo sviluppo: trend acclarato in America, ma presto potrebbe essere lo stesso in Europa. Business fiorente, basato sul noleggio a ciclo continuo di indumenti tessili che uniscono una grande comodità, indispensabile sui luoghi di lavoro, a una vestibilità universale, sobria, spesso accattivante. Sta già facendo rumore in tutto il mondo il trionfale successo di Cat, scarponcino anti-infortunio di produzione americana, da molti preferito, anche nel tempo libero, ai suoi analoghi dal brand molto più costoso e reclamizzato.

4. "FIGURINE"

Stand dopo stand, seminario dopo seminario, l'impressione dominante suscitata da Clean 2013 era quella di avere fra le mani un grande album di figurine, dove attaccare in continuazione immagini, con relative storie. Come quella della famiglia Bubble, che a Knoxville, nel Tennessee, si fa apprezzare dall'intera comunità per il sostegno dato attraverso un puntuale lavaggio delle divise della locale, amatissima squadra studentesca di basket. O come l'odissea della famiglia Carbonell, capace di fondare una fantasiosa ed efficien-

by the vast majority of Clean 2013 exhibitors, and set their mark as being indispensable to establish a dialogue with any American. Within the scope of dry cleaning, this means that perchloroethylene has almost totally been replaced by alternative detergents that continue to evolve and improve thanks to relentless research such as the ozone study conducted by the University of North Carolina and presented at "Clean" for the first time by Professors Cameron Trapp, Jan Ballard and March DeBrum. Their research demonstrated that ozone-based detergents clean 11% better than traditional agents.

3. "WORK IS NOT TIRING"

Irresistible polo shirts, work overalls fit to go out for a drink after work in and extraordinarily comfortable trousers, as if to contradict the very notion set forth by Cesare Pavese's glorious book titled "Work's tiring". Visiting a stand like the one of San Mar at Clean 2013 meant taking the pulse of the continuously evolving work clothing market: a well established trend in America that may soon spread to Europe. A booming business based on the on-going rental of garments that combine the great comfort required on the job with a classic, often captivating style that can be worn just about anywhere. The world is buzzing about the unprecedented success of Cat, the American made safety work boots many choose to wear even outside of work, and prefer over similar models by the most advertised and pricey name brands.

4. "TRADING CARDS"

Stand after stand, seminar after seminar, the predominant impression evoked by Clean 2013 is that of holding a large trading cards album, to be filled on an on-going basis with snap shots and stories like that of the Bubble family from Knoxville, Tennessee, who support the beloved student basketball team uniforms in a timely manner and is much appreciated by the entire community. Or perhaps the epic story of the Carbonell family who founded the fantastic, extremely efficient Soap City in Paterson (New Jersey), the same city the giant Lowes chose to build a retail

tissima Soap City nella stessa Paterson (New Jersey) scelta per aprire un proprio centro da un colosso come Lowe. Il comune denominatore è sempre quello di un incalcolabile "human factor" grazie a cui resistere, svilupparsi, entrare nel cuore del pubblico.

5. MONETINE DI PAPERONE

Cent che, secondo quanto insegna lo zio più famoso d'America, dal mitico "numero uno" in poi, non si moltiplicano da soli. È vero piuttosto che si accumulano, lavaggio dopo lavaggio, nei self service nati "più dei funghi" in ogni angolo degli States.
Con sviluppi che, come dimostravano a Clean gli impianti sfoggiati da CCI e altri "big" del settore, avvicinano l'interfaccia fra l'utente e l'impianto di lavanderia a un bancomat multiservice. Con la benedizione di un colosso il cui nome è Cla, potentissima Coin Laundry Association, che a New Orleans ha investito in lunghe sessioni didattiche, tramite cui aggiornare imprenditori e operatori del settore sulle nuove opportunità di fidelizzazione del cliente.

6. WONDERWOMAN LAVANDAIA

Un ammaliante e spettacolare volto di donna, anzi, di superdonna. Giocando sul presupposto che con la più celebre casa di fumetti "Made in Usa", la DC, c'è solo una A di differenza, la ADC, American Dryer Corporation, gioca la sua immagine su quella di Wonder Woman. Per cui la testimonial dello storico brand del Massachusetts è una variante massaia della super-eroina creata nel 1941 da William Moulton Marston. Con effetti avveniristici moltiplicati dall'ipnotico ologramma femminile che, nello stand di Clean, dimostrava "in loop" le virtù di un marchio fra i più collaudati degli States. Come testimonia il successo di pubblico fatto registrare dalla spettacolare cabina di asciugatura delle tute da pompiere, impossibile scegliere testimonial migliori se si vuole "colpire al cuore" gli States, guardando alle loro tradizioni e investendo nella loro vocazione alla Speranza.

7. MANOVRE CINESI

Più o meno in incognito dentro stand aperti da altri, e forse nemmeno graditi a causa di

store of its own. The common denominator is the "human factor", the primal will to endure, evolve and conquer the heart of the public.

5. UNCLE SCROOGE'S COINS

A single cent according to the most famous Uncle in America, from the mythical "number one" on, can not multiply by itself. The truth is they are accumulating, wash after wash, in each of the self-service laundries that are sprouting like mushrooms in each and very corner of America. The latest systems trend, featured by CCI and other "big players" in the sector at Clean, foresees the client and system interfacing in a manner similar to a multi-service ATM. All this with the blessing of a giant such as Cla, the mighty Coin Laundry Association, that in New Orleans hosted a series of long training sessions to bring entrepreneurs and operators in the sector up to speed with the latest customer loyalty development opportunities.

6. WONDER WOMAN OF LAUNDRY

The bewitching face of a woman, or rather, superwoman. Playing with the idea that only an "A" separates it from DC comics, the most iconic "Made in the USA" comics publisher and ADC, the American Dryer Corporation, led to an advertising image that is a spin-off of Wonder Woman. The "icon" of the historical brand from Massachusetts is the domestic goddess version of the superheroine created in 1941 by William Moulton Marston. At the Clean stand, futuristic effects enhanced the "in-loop" demonstration given by the hypnotic female hologram on the virtues of one of the most reliable brands in the US. Further proof was provided by the public acclaim of the spectacular firefighter's turnout gear washing cabinet, a testimonial that "strikes at the heart" of Americans like no other, honoring the traditions and hope of their calling.

7. CHINESE DRILLS

More or less in incognito among the stands of other exhibitors and perhaps not quite welcome due to their notorious views on competition, the Chinese nonetheless made themselves be seen and heard at Clean 2013, even at an official level. Then again we all know that market is huge, as indicated by the Frankfurt Expo being held this November and Texcare 2 in Shanghai in addition to the Hong Kong Expo. Awareness of the unstoppable, growing weight of China was tangible in New Orleans as well, where an open summit was held between the European Consortium Cinet and the Chinese Laundry Association (Cla), which represents a group of around six hundred laundry businesses. On this occasion Wang Shuyuan, president of

una loro, notoria visione della concorrenza. Eppure i cinesi si sono fatti vedere e sentire anche a livello ufficiale a Clean 2013. D'altra parte quel mercato, si sa, è immenso, come segnalato dalla stessa Fiera di Francoforte, attesa nel prossimo novembre a un Texcare 2 a Shanghai, con la compartecipazione della Fiera di Hong Kong. La consapevolezza di questo ineluttabile e crescente peso della Cina si è fatta avvertire anche a New Orleans, dove si è tenuto un apposito summit aperto fra il consorzio europeo Cinet e la China Laundry Association (Cla), che raggruppa circa seicento aziende cinesi del settore lavanderia. Nell'occasione Wang Shuyuan, presidentessa di Cla, e Peter Wennekes, Ceo di Cinet hanno posto le basi per accedere alle opportunità del programma europeo Switch Asia.

8. NEL FANTASTICO TUNNEL DI MILNOR

Non solo perché giocava in casa, nella sua New Orleans, ma è indubbio che un marchio storico americano come Milnor ha sfruttato la grande passerella di Clean per esibire al mondo, con sobria soddisfazione, i numeri di una leadership indiscutibile. Conquistata soprattutto grazie alla tecnologia PulseFlow che, lanciata nel 2009, in questo 2013 ha raggiunto le cento installazioni sparse in varie parti del mondo (a New Orleans faceva ancora notizia la recente inaugurazione di quella realizzata per Comforta, a Tampere, in Finlandia). Un sistema di lavanderia industriale che, secondo quanto affermato da Jim Pellerin, presidente di Milnor, consente di risparmiare ogni anno un miliardo e quattrocento milioni di litri d'acqua all'anno.

9. VAGONE DI PRIMA CLASSE

Considerando la sua eccellenza in termini di innovazione tecnologica e attenzione riservata all'Ambiente, si può considerare Clean una sorta di vagone di prima classe, forte in questo 2013 di circa 12mila visitatori e oltre 400 stand. Spetta ora a colossi di altra levatura, come ExpoDetergo a Milano e Texcare a Francoforte, dimostrare quanti altri vagoni attaccare e, soprattutto, quale "locomotiva" per il futuro del settore.

10. APPUNTAMENTO AD ATLANTA

Non solo perché è la metropoli delle bollicine più famose del mondo. Non solo perché è sede aeroportuale internazionale. Non solo (aggiungono le malelingue) per la sua alta concentrazione di locali notturni. Se a questi dati "ambientali", aggiungiamo quanto raccontato nei nove paragrafi precedenti, si capisce perché l'America per Clean 2015 dà appuntamento al mondo ad Atlanta, Georgia. Città dove ha sede Electrolux, dove si torna a quel "Plus" da cui siamo partiti.

Cla, and Peter Wennekes, Ceo of Cinet set the ground rules for access to the opportunities offered by the European Switch Asia program.

8. IN THE FANTASTIC TUNNEL OF MILNOR

besides being on its home turf, New Orleans, there is no doubt that the historical American brand named Milnor used Clean as a catwalk to show the world the numbers of an undisputable leadership, with barely concealed pride. Its success was boosted most of all by the PulseFlow technology which was launched in 2009 and in 2013 accounted for one hundred installations around the world (in New Orleans the latest news were about the recent inauguration of the one made for Comforta in Tampere, Finland). This industrial laundry system, according to Milnor president Jim Pellerin, provides yearly savings of one billion four hundred million liters of water.

9. FIRST CLASS CAR

Considering its excellence in terms of technological innovation and attention paid to the Environment, Clean can be said to be a first class car that in 2013 alone held 12 thousand enthusiastic visitors and 400 stands. All that remains now is for giants in other leagues, such as ExpoDetergo in Milan and Texcare in Frankfurt, to demonstrate how many more cars can be attached to this train, and above all, which "locomotive" can keep the sector moving forward.

10. APPOINTMENT IN ATLANTA

Not merely because it is the most famous bubble metropolis in the world, because it has a major international airport nor - as the natives would say - because of its infinite number of nightclubs. If you add to these "environmental factors" the things illustrated in the nine paragraphs above, you'll see that America set the appointment for Clean 2015 in Atlanta Georgia also because it is the home headquarters of Electrolux, which brings us back to the "Plus" we started from.

CLEAN 2013 BE THERE!

Speciale

RITORNO DA CLEAN SHOW 2013

**Italia a Clean 2013.
Una squadra non numerosa, ma unita da un solo, fondamentale principio: "la qualità".
Che, come lo sport insegna, spesso è quanto basta per imporsi sui "competitor".
Prima ancora di addentrarsi negli accurati resoconti delle aziende che hanno partecipato alla grande fiera di New Orleans, può fare fede in proposito il colpo d'occhio che questa squadra offriva, prendendo posto negli stand della fiera americana.
Semplici sguardi che già davano conto di meraviglie di design, alto tasso di innovazione tecnologica, fitte relazioni intrecciate con buyers e agenti di ogni parte del mondo.
Carte in regola perché anche a "Clean 2013" la squadra italiana andasse in gol.**

Special

BACK FROM CLEAN SHOW 2013

Italy at Clean 2013. Not a big team, but united by one, fundamental principle that goes by the name of "quality". As sport teaches us, this is often what it takes to beat your "competitors". Before going further into the detailed reports brought back by the companies that were at the sprawling New Orleans exhibition, we took a quick look among the stands at the U.S. event to see what the team had to offer. Simple glances revealed design marvels, high-level innovation, strong ties with buyers and agents from all corners of the world. Everything it took for the Italian team to strike yet another goal, this time at "Clean 2013".

• • • ILSA

Clean Show è da sempre considerata la manifestazione più importante che si tiene in USA per macchine, attrezzature e prodotti per la lavanderia.
Alla recente edizione sono state complessivamente esposte 41 macchine lavasecco e nonostante si stima ci siano in USA ancora diverse migliaia di macchine funzionanti con Percloretilene, neppure una di quelle presenti sui vari stand, era predisposta per utilizzare questo solvente.
Lo stand ILSA/COLUMBIA, sviluppato su una superficie complessiva di 180 mq, era quello che presentava il maggior numero di unità (10), tutte con configurazioni specializzate per i principali solventi a basso impatto ambientale.
Dedicare una macchina ad un solvente specifico significa considerare le caratteristiche chimico-fische di quest'ultimo, riservando completamente la tecnica della macchina a dette proprietà: ciò è un vantaggio in quanto spesso i compromessi che si rendono necessari nelle 'versioni generiche' non consentono di godere appieno dei benefici di ogni singolo solvente.
ILSA era l'unico espositore ad avere macchine lavasecco in funzione che hanno consentito agli operatori interessati un concreto 'contatto' con capi trattati, verificandone aspetto, consistenza e odore. Erano in funzione due Ipura 440 e una Iflex 320.
Iflex è una Multiflex, dedicata e configurata 'full GE', cioè con tutte e solo quelle soluzioni necessarie ad esaltare le prestazioni del solvente Green Earth.
Delle 41 macchine esposte, 15 erano senza distillatore, ma solo l'Ipura, grazie alla esclusiva tecnica Jet Clean, continua ad essere la soluzione ottimale per garantire un elevata e costante qualità del solvente e una flessibilità operativa adeguata alle necessità delle moderne lavanderie professionali.
Particolarmente interessanti e apprezzate sono state tutte le soluzioni per ridurre il consumo di energia elettrica e acqua di raffreddamento, come pure tutte le automazioni delle manutenzioni a distillatori e separatori.
Il nuovo portello 'InLook' con illuminazione, ha consentito poi agli operatori di poter osservare le dinamiche all'interno del cesto durante tutto il ciclo di lavaggio, fornendo un 'look smart' alle macchine.
Le versioni 'tandem' composte cioè da due moduli lavasecco ed un solo modulo di distillazione/filtrazione, hanno suscitato come sempre grande interesse sul mercato americano, per la loro elevata produttività in spazi relativamente contenuti.
Dal nostro osservatorio di produttori di macchine lavasecco i segnali che arrivano al settore dagli USA e in particolare da Clean 2013, sono incoraggianti e ci permettono di guardare con fiducia al 2014.

Clean Show has always been considered the main event in USA for the laundering, dry cleaning and textile services industry. The edition just ended have seen exhibited 41 dry cleaning machines in total and despite the fact it being estimated that in USA there are still several thousands of machines using Perchlorethylene, neither one of those present on the booths

was arranged to use this solvent.
The booth ILSA/COLUMBIA, developed on a surface of 180 sq.m was the one with the largest quantity of units (10), all with special configurations for the main solvents at low environment impact.
To dedicate one machine to a specific solvent it means to consider the physical-chemical characteristics of this last, fully reserving the machine technique to those properties; this is an advantage because often necessary compromises on 'generic' versions do not allow to enjoy completely the benefits of every single solvent.
ILSA was the only one exhibitor with dry clearing machines in operation available that have permitted interested operators a real 'contact' with processed garments by checking: look, hand and odor. The machines in operation were two Ipura 440 and one Iflex 320.
Iflex is one Multiflex, dedicated and configurated 'full GE': with all and only those necessary solutions to enhance the performances of Green Earth solvent.
Among the 41 machines exhibited, 15 were without distiller, but only Ipura, thanks to the exclusive Jet Clean technique, continues to be the best solution to ensure high and constant quality of the solvent , as well as a convenient operative flexibility for the needs of the modern professional dry cleaners.
Particularly interesting and appreciated they have been all the solutions to reduce power and cooling water consumption, as

well as all automations for maintenances to distillers and separators.
New illuminated 'InLook' door has then given to the operators the possibility to observe the dynamics inside the drum during the whole cleaning cycle, with a touch of elegance on the machine, really looking 'smart' when installed.
'Tandem' systems composed by two dry cleaning modules and one distiller/filtration module only have always attracted very much the American market for high productivity in relatively small spaces.
From what we can feel as dry cleaning machines manufacturers, the signals reaching the industry from USA, particularly from Clean 2013, are encouraging and permit to look forward with confidence to 2014.

• • • FIMAS

Anche l'edizione di Clean Show 2013, la più grande esposizione per il mercato americano per l'industria delle lavanderie commerciali, pulitintorie e il settore della manutenzione e del noleggio tessile, non ha tradito le aspettative. Fimas era naturalmente presente a questa importante esibizione in collaborazione con il suo distributore esclusivo per il mercato USA, Donny Moore, titolare della Clean Concept Equipments. Molti operatori, interessati e qualificati, provenienti da più parti del mondo, hanno avuto la possibilità di scoprire e testare gli ultimi ritrovati tecnologici offerti da Fimas. "L'affluenza è stata buona e la sensazione diffusa – hanno dichiarato Walter Cividini e Donny Moore - tra gli espositori ed i visitatori, era quella di un cauto ottimismo. Il sentore era quello di voler ripartire, ed in tempi brevi". Lo Stand è stato molto frequentato e proprio in questa occasione Fimas ha avuto la possibilità di presentare direttamente agli operatori americani la seconda versione del manichino 296 per lo stiro pressato di camicie, presentata in anteprima mondiale allo scorso Texcare di Francoforte.
Totalmente automatico, con una tecnologia all'avanguardia in ogni sua funzione e con una potenzialità produttiva notevole, (può infatti avere una resa effettiva di 50/55 camicie all'ora) il modello 296 è però una macchina molto semplice nel suo utilizzo e molto versatile a fronte della varietà di camicie esistenti oggi.
Questa versatilità e funzionalità totali sono possibili grazie al manichino totalmente aspirante, alle piastre da stiro con dimensioni notevoli, ai tensionatori laterali fianchi con regolazione della potenza di tensionamento e, soprattutto, con regolazione dell'ampiezza del tensionamento stesso.
Inoltre il modello 296 prevede di serie la regolazione dell'altezza delle maniche (anche durante il ciclo di stiratura) attraverso un solo pratico joystick, programmatore, con menù disponibile in varie lingue, dotato di touch screen con possibilità di selezionare fino a 50 cicli di stiratura, porta di ingresso USB per aggiornare o caricare i programmi.
L'operatore inoltre ha la possibilità di regolare il soffiaggio: una serie di comandi permettono di intervenire con vapore e soffiaggio sulla camicia ancora pensionata.
Altro macchinario che continua a riscuotere grande interesse negli operatori USA è il manichino multifunzione modello 317. Adatto per lo stiro di camicie, giacche, camici e capispalla in genere, rappresenta la soluzione del manichino che deve "stirare bene", velocemente ed in maniera automatizzata qualsiasi capo lavato a secco o ad acqua.
Pneumaticamente è possibile regolare sia l'altezza del corpo manichino, che l'altezza delle pinze laterali per il tensionamento delle maniche.
La pala anteriore riscaldata ed il soffiaggio potente di aria calda prima e fredda poi a fine ciclo, garantiscono la necessaria energica fase di asciugatura che consente quindi la stiratura definitiva degli indumenti.
Un programmatore elettronico permette l'impostazione di 10 diversi programmi di stiratura dando ampia possibilità di lavorare differenti tipologie di indumenti senza perdere il ritmo di lavoro e produttività.
Il mercato oggi richiede sempre più economicità nel prezzo, produttività, facile uso e manutenzione, bassi costi di gestione ed alta qualità di lavoro e di risultato.

Modello serie 296 manichino per lo stiro pressato di camicie
Model 296 dummy for shirts pressed ironing

Altro modello ormai "familiare" e ben conosciuto dalle lavanderia americane è il modello 389 manichino stira camicie. Solido e poco ingombrante, presenta alcune caratteristiche interessanti, che garantiscono quel qualcosa di più rispetto a quanto offre oggi il mercato: altezza del corpo manichino e della struttura base della macchina accessibile molto facilmente per calzare la camicia; regolazione dell'altezza della macchina, per poterla adeguare alle esigenze dell'operatore/operatrice; gruppo combinato - di serie - di pinze per stirare sia le maniche lunghe che le maniche corte delle camicie, senza lasciare la piega sui polsini; programmatore a logica programmabile (10 programmi, 4 funzioni) con possibilità di selezionare cicli di stiratura.
Il modello Fimas 389 può naturalmente stirare camicie con manica lunga e con manica corta, semplicemente variando il programma di stiratura. Le pinze per la manica lunga si posizionano per la tensione durante il ciclo di stiratura, e la pinza tonda permette di ottenere il polsino perfettamente stirato, senza piega. Per la manica corta il sistema è similare, con una tensione interna delle pinze, che garantisce anche qui una finitura perfetta. Su questo manichino si possono stirare anche T-shirt, maglioncini, polo ecc.
Il manichino stiracamicie Fimas 389 è una macchina molto semplice da utilizzare e con un'alta produttività: con un operatore di media esperienza si possono ottenere tranquillamente fino a 25/30 capi/ora, se lavati a secco, e fino a 35/40 capi/ora se lavati ad acqua, dopo averli passati alla centrifuga alta velocità.
In conlusione il mercato Americano ha confermato un notevole interesse per la gamma dei prodotti Fimas ed in particolare per la linea dei manichini multifunzione e gruppi stira-camicie oltre che per i manichini girevoli a doppia stazione, toppers singoli e naturalmente tavoli a freddo aspiranti soffianti.

Even the edition of Clean Show 2013, the largest exhibition for the american market for the Industry of commercial Laundries, Dry Cleaners and maintenance and textile rental sector, was lived up to expectations. Fimas was of course present at this important exhibition in collaboration with its exclusive distributor for the U.S. market, Donny Moore, owner of Clean Concept Equipments. Many operators, interested and qualified, from various parts of the world have had the opportunity to discover and test the latest technology offered by Fimas. "The turnout was good and the widespread feeling - said Cividini Walter and Donny Moore- between exhibitors and visitors, was that of a cautious optimism. The smell was that of wanting to start a new era and in a short time."
The booth was very busy and on this occasion Fimas has had

the opportunity to present directly to the American operators, the second version of dummy Fimas model 296 for shirts pressed finishing, which was introduced for the first time at last Texcare exhibition.
Fully automatic, with cutting-edge technology in all its functions and with a considerable production capacity, (it can reach an effective output of 50/55 shirts per hour), the model 296 is, however, a machine very simple to use and very versatile considering the variety of shirts present today on the market. This total versatility and functionality are possible thanks to vacuum, to large ironing plates, to side tensioners with power and tension adjustment.
In addition, the Model 296 is standard height adjustment of the sleeves (even during the pressing cycle) through one convenient joystick, programmer, with menu available in several languages, and is equipped with a touch screen with possibility to select up to 50 finishing cycles, USB input port to update or load other programs.
The operator also has the ability to adjust the blowing: a series of commands allow to intervene with steam and blowing on the shirt yet tensioned.
Other equipment that continues to be of great interest in the U.S. operators is the dummy multifunction model 317. Suitable for finishing of shirts, jackets, coats and outerwear in general, is the perfect solution for a good, quickly and automated finishing of any dry-or water cleaned garments.
Pneumatically it's possible to adjust both the height of the body and the height of the side clamps for sleeves tensioning. The heated front plate and the powerful blowing of hot air before and cold air at cycle end, provide the necessary energetic drying phase which then allows the definitive finishing of the garments.
The electronic programmer allows you to set 10 different finishing programs providing many opportunity to work with different types of clothes without losing in productivity.
Today's market requires more and more economical in price, productivity, easy operation and maintenance, low operating costs and high quality of work and results.
Other breadwinner model, "very popular" and well known to American Laundries, is the model 389 dummy for shirts finishing. Solid and compact, has some interesting features, which guarantee something more than what the market offers today: Height of body and the basic structure of the machine very easily accessible to wear the shirt; Adjustment of the machine to be able to adapt to the needs of the operator; The combined group - as standard - of clamps to finish both the long-sleeved shirts, and the short sleeve shirts, without leaving creases on the cuffs; Programmable logic controller (10 programs, 4 functions) with selectable pressing cycles.
The model Fimas 389 can of course finishes shirts with long sleeves and short sleeves, simply by changing the finishing program . The clamps are positioned for the long sleeve for the tensioning during the pressing cycle, and the clamp allows you to get round the cuff perfectly finished without crease. For short sleeve, system is similar, with an inner tension of the clamps, which also ensures a perfect finishing here. By this dummy even T-shirts, sweaters, polo shirts etc.. can be well finished.
The shirt finisher Fimas 389 is a very simple machine to use and high productivity; with an operator of average experience you can easily get up to 25/30 pieces / hour, if dry cleaned, and up to 35/40 items / hour if washed with water, after having passed the high-speed centrifuge.
So, finally we can say that american market has confirmed a significant interest in the product range of Fimas and in particular in the line of multifunction dummies and groups for shirts finishing as well as for turnable dummies with double unit, single toppers and of course cold tables, vacuum and blowing.

• • • IMESA

Quattro domande a Carlo Miotto, direttore commerciale di Imesa, su Clean Show 2013.
- Quale immagine del mercato è emersa dalla fiera americana? Si evidenziano differenze rispetto al mercato europeo?
"Nonostante l'ente fiera abbia dichiarato un maggiore successo dell'evento rispetto alle edizioni di Las Vegas 2011 e New Orleans 2009, si è in realtà evidenziata la mancanza di visitatori, soprattutto nell'ultima giornata. Oltre ad un forte ridimensionamento del numero dei visitatori europei e la quasi totale assenza di quelli asiatici, sì è anche notato un calo delle visite provenienti dal Nord America. Per quanto riguarda i distributori, hanno confermato la presenza i grossi players europei della lavanderia industriale, Jensen e Kannegiesser, i quali puntano su prodotti con tecnologie avanzate, al contrario della locale Milnor che continua a promuovere la robustezza dei propri prodotti. A fare da ago della bilancia Vega, con la consociata americana Ellis. Continuano ad affermare la propria presenza aziende come la spagnola Girbau o la thailandese Image, mentre mancano marchi di attrezzatura per lavanderia di piccola media capacità molto affermati in Europa come Miele e Schultess. Il mercato è chiaramente sempre più globalizzato e macchine di marchi diversi diventano molto simili per caratteristiche, componenti e prestazioni".

- Quale potrebbe essere il commento, quindi, sul mercato americano? Quali i prodotti e le soluzioni su cui puntare?
"Alcuni piccolo-medi distributori hanno dimostrato interesse verso marchi non particolarmente diffusi negli USA per trovare alternative ai soliti nomi che dominano il mercato: un fatto sicuramente positivo. Puntare sulla proposta di macchine da 50, 100, 150 e 200 pds è indubbiamente la scelta più opportuna in un mercato in cui il cambio dollaro/Euro è fortemente penalizzato. Da non sottovalutare anche il mercato della lavanderia Coin op".
- Il mercato americano è ancora un modello internazionale? Quali mercati ne sono maggiormente influenzati?
"L'influenza americana è molto forte nella cultura tecnico-com-

merciale dei mercati mediorientali. Le grandi catene alberghiere vedono nei mercati arabi un terreno fertile per lo sviluppo di un mercato di alta gamma. Il costante ricorso a consulenti di progetto, prevalentemente di scuola anglosassone, condiziona fortemente l'introduzione dei prodotti europei nell'area, sebbene quest'ultimi spesso siano giudicati più performanti e flessibili.
Senz'ombra di dubbio le aziende che hanno ottenuto i migliori risultati, sono quelle che hanno intelligentemente sfruttato questa situazione, aprendo uffici in loco e affiancando i consulenti già in fase preliminare nel momento della progettazione e scelta delle attrezzature. Nei mercati asiatici, invece, le aziende americane restano il punto di riferimento per il segmento Coin Op, mentre il segmento dell'ospitalità e navale guarda a mercati europei".
- La prossima fiera di riferimento per la lavanderia sarà Expodetergo 2014. Quali suggerimenti emergono a seguito del Clean Show?
"La totale mancanza di presenza asiatica e la scarsa presenza mediorientale ed africana al Clean 2013 impone una riflessione. Credo che la diminuzione del numero di visitatori sia legata alla mancanza di soluzioni innovative, magari specifiche, ma semplici, intuitive e performanti. Lavanderie facilmente configurabili per ogni esigenza, con risparmio di detergente, energia ed acqua. Presentare prodotti che emozionino e sviluppare la promozione e la diffusione delle informazioni di prodotto presso consulenti, studi di progettazione, decision makers è essenziale per ottenere interesse".

Clean Show 2013: four questions asked to Carlo Miotto, Imesa Sales Director.
- Taking as reference the USA exhibition, how does the market look like? Is it different from the European laundry market?
"Despite the exhibition organizer has declared a major success compared to the edition Las Vegas 2011 and New Orleans 2009, we must mark a lack of visitors expecially in the last exhibition day. Not only the European visitors number decreased, the Asian visitors were almost totally absent and also the North American visitors number was not satisfactory. The biggest European player for the industrial market, Jensen and Kannegieser, were present highlighting the modern technology of their products, on the contrary the American Milnor still marked the sturdiness of its machine. To act as kingmaker Vega, with the U.S. subsidiary Ellis. Trying to assert their presence, also the Spanish Girbau and the Thai Image were exhibiting. In this scenario the small – middle capacity laundry manufacturers were completely missing. Miele and Schultess, which are important players of the European market were completely absent. The market is clearly increasingly globalized and machines of different brands become very similar per characteristics, components and performance. "
- Which could be a comment on the USA market? Which are the winning products and solutions?
Some small – middle distributors demonstrated interest in not really well-known brands, looking for an alternative to the market leader. This is important, because it means that the winning choice in the North American laundry market could be the promotion of 50, 100, 150, 200 pds machines. Also taking in consideration the not favorable ratio Dollar / Euro. Also, the Coin Op Laundry Market must not be forger.
- Is the USA market still an international model? Which are the most influenced market?
The American influence is very strong in technical and commercial culture of the Middle Eastern markets. The big hotel chains seen in Arab markets a fertile ground for the development of a top range market. The constant use of project consultants, mostly Anglo-Saxon, strongly influences the introduction of European products in the area, although the seconds are often deemed more efficient and flexible.
Without a doubt, the companies that have achieved the best results, are those that have cleverly exploited this situation, opening offices in the field and working alongside consultants already at an early stage of project design. In the Asian markets, however, American companies remain the benchmark for the segment Coin Op, while the hospitality segment and naval looks to European markets. "
- The next word laundry Exhibition will be Expodetergo 2014. Any suggestions for the success of the exhibition?
The almost total absence of Asian visitors, and the lack of the Middle-East and African ones, at Clean 2013 we must make some useful remarks. My opinion is that the visitors number decreasing is linked to the missing of innovative solution, better if simple, intuitive and performing. Launderette easy to be configured and aiming to save detergent, energy, water. Products must stir, promotion of sale must involve consultants, designers, decision makers, this is essential to gain interest.

• • • KANNEGIESSER

Al Clean Show 2013 lo stand della Kannegiesser era situato all'ingresso del centro espositivo in una zona facilmente accessibile. All'insegna del motto *"Modernizziamo la vostra lavanderia"* sono state esposte macchine dell'intera gamma dell'azienda. Ponendo l'accento sui nuovi macchinari ad efficienza produttiva ed energetica ottimizzata, è stata presentata una panoramica ricca e completa delle nuove tecnologie, dal lavaggio all'idro-estrazione, dal finissaggio degli indumenti al trattamento della biancheria piana. Diverse centinaia di visitatori provenienti dal Nordamerica e da altri 42 diversi paesi hanno avuto modo di scoprire ad esempio gli ultimi sviluppi del sistema di lavaggio in continuo PowerTrans e della pressa monostadio PowerPress.
Su scala mondiale il miglioramento delle condizioni ergonomiche per una maggiore sicurezza sul lavoro è ormai diventato una premessa fondamentale che contribuisce ad un ulteriore incremento della produttività. In questo contesto, nel campo del finissaggio della biancheria piana Kannegiesser ha esposto cinque sistemi dedicati al finissaggio dei capi grandi, medi e piccoli per dimostrare le varie novità ed applicazioni speciali con continue dimostrazioni pratiche. "Quest'anno l'interesse dei visitatori allo stand della Kannegiesser si è concentrato principalmente sui sistemi che permettono di ridurre i costi di esercizio attraverso l'aumento della produttività lavorativa e del comfort degli operatori. Con grande piacere abbiamo potuto consentire ai visitatori di sperimentare in prima persona come la potenza e le capacità avanzate degli impianti moderni potrebbero ottimizzare anche i loro processi specifici di lavoro," dice il Direttore Generale della Kannegiesser USA Phil Hart.
Allo stand adiacente i visitatori hanno avuto l'opportunità di scoprire le soluzioni innovative della divisione finissaggio degli indumenti con macchine e sistemi per una vasta gamma di capi confezionati e per tutti i tipi di divise. Si è potuto anche assistere alle continue dimostrazioni di un sistema automatico di finissaggio indumenti con una stazione di carico, un tunnel XMT e un robot di piegatura ad alta velocità modello FA-X 900. Nella parte relativa al lavaggio è stato esposto tra l'altro l'ultimo modello della serie PowerTrans PLUS JET nella configurazione per il lavaggio di divise e capi confezionati in generale, con la centrifuga PowerSpin PLUS integrata. Questo sistema rappresenta una valida e potente alternativa alla tradizionale lavacentrifuga che comporta considerevoli vantaggi come cari-

co e scarico automatico e ridotti consumi di acqua ed energia. Durante tutta la durata della fiera Clean Show 2013 la Herbert Kannegiesser GmbH, fondata nel 1948, ha inoltre festeggiato i suoi 65 anni di successo, concludendo Venerdì 21 giugno con una serata speciale insieme a molti dei suoi clienti e partner industriali più importanti.

Under the theme of "Modernizing Your Laundry", the Kannegiesser exhibit at the Clean Show 2013 was located near the main entrance to exhibition hall and showcased machines representing the entire range of the company's product offering. With an emphasis on the latest developments improving energy efficiency and overall productivity, products such as the batch washing system PowerTrans PLUS and press extractor PowerPress were shown to many hundreds of visitors from North America and 42 other countries.
Worldwide, there is a major emphasis in the industrial and commercial laundry industry on improving ergonomics for operator safety, while at the same time achieving higher productivity rates. To address this, Kannegiesser demonstrated five dedicated flatwork and small piece finishing systems in continuous operation, showing applications for all facets of the industry. "The visitors to the Kannegiesser displays this year were focused on learning about systems that reduce operating costs through increasing labor productivity and operator comfort. We were happy that we could demonstrate many of these actual systems in the booth and allow our guests a firsthand experience of how modernizing their laundries would help their specific operations" said Phil Hart, President of Kannegiesser USA.
In an adjacent booth featuring solutions for "Garment Pro-

Eco-
Friendly

Evita gli sprechi,
risparmia in energia,
rispetta l'ambiente.

Avoid wastes,
save energy,
respect the environment.

IMESA
LAUNDRY SOLUTIONS

cessing", Kannegiesser presented the latest innovations in garment and uniform processing. Also continually demonstrated was an automatic garment finishing system including hanging station, XMT steam tunnel finisher for optimum finishing quality and the high speed folding robot FA-X 900. The highly energy efficient and labor saving batch washing system PowerTrans PLUS JET configured for uniform and garment processing along with the integrated PowerSpin PLUS centrifugal extractor was on display in the booth. This system represents a proven and powerful alternative in place of generic washer/extractor applications, with the added benefits of low water consumption, reduced energy use and automatic loading and unloading.
This year's Clean Show also represented an important milestone in the history of Kannegiesser GmbH. Founded by Herbert Kannegiesser in 1948; the company celebrates 65 years in business in 2013. This anniversary was celebrated throughout the exhibition and in a very well attended customer appreciation evening held on Friday 21 June association with its valued customers and industry partners.

• • • ITALCLEAN

La fiera di New Orleans ha dimostrato un interesse internazionale inferiore alle altre partecipazioni. Da questo punto di vista crediamo che le fiere europee siano molto più importanti, soprattutto EXPOdetergo International dell'anno prossimo.
ITALCLEAN ha presentato la nuova macchina a idrocarbonio DRYTEC senza distillo.
Infatti sono le DRYTEC con il cesto sospeso con e senza distillo ad essere oggi le macchine più richieste nei mercati d'avanguardia, e non solo per il solvente idrocarbonio, ma anche per altri solventi siliconici (come il Green Earth) o per l'ultimo arrivato K4, coi quali le nostre macchine hanno dato prova di una straordinaria efficienza.
Infatti le macchine ITALCLEAN con il cesto sospeso riescono a concludere un ciclo di lavaggio in meno di 50 minuti, mentre per quelle rigide siamo pochissimo sopra l'ora.
La versione senza distillo è quella che ora negli Stati Uniti accoglie il maggiore interesse, per la sua economicità, non solo sul costo di acquisto ma anche grazie ai ridottissimi consumi di acqua ed elettricità.
Invece scendendo a Sud, in America Latina è ancora il percloro a farla da padrone, non essendoci le rigide norme sull'ambiente che troviamo in USA e in Canada, anche se si nota grande interesse per quello che succede sul mercato americano.

The New Orleans Clean Show has shown an international interest lower than other shows. From this point of view we believe that European fairs are much more 'important, especially the Detergo next year.
ITALCLEAN presented the new hydrocarbon machine DRYTEC

without distillation.
In fact the DRYTEC soft mounted/hard mounted with and without distillation are today the machines more demanded in the more developed markets, and not only for hydrocarbon solvent, but also for other silicone solvents (such as the Green Earth) or for the last arrived K4, with which our machines have proven to have an extraordinary efficiency.
In fact the machines ITALCLEAN with the basket suspended complete a cycle in less than 50 minutes, whereas for rigid ones we are very little over the hour.
The version without distillation is now the most requested in the United States, thank to its cost, not only the purchase price but also thanks to low consumption of water and electricity'.
Down to the South, in Latin America perc still leads the way, since there are not the strict rules on the environment that we find in the U.S. and Canada, even though it appears interest in what is happening in the U.S. market.

• • • PONY

Il sipario si è chiuso sulla tre giorni del Clean Show a New Orleans e le aspettative degli espositori sono state ampiamente soddisfatte. L'economia americana sta muovendo i primi passi dopo la crisi che ha attanagliato USA ed Europa e questa aria di rinascita si è respirata durante la manifestazione. Alto è stato l'interesse da parte degli operatori del settore che hanno partecipato numerosi all'esibizione trovando grande accoglienza da parte degli espositori venuti da tutto il mondo per presentare le ultime novità in fatto di tecnologie e macchinari all'avanguardia.
In questo scenario, Pony ha ufficialmente presentato al mercato la nuova realtà PONY USA, dopo l'accordo sottoscritto con una società di Washington DC, veterana del settore da oltre 30 anni, per la distribuzione dei suoi prodotti sul territorio americano. PONY USA svilupperà e gestirà una rete di dealers negli Stati Uniti fornendo assistenza tecnica e supporto logistico. I macchinari con i pezzi di ricambio, saranno per la prima volta disponibili in stock nei magazzini di Washington pronti a soddisfare le esigenze degli utilizzatori finali che puntano a consegne veloci supportate da una accurata assistenza pre e post vendita
PONY ha presentato in fiera il suo nuovissimo manichino stiracamicie EAGLE, con caratteristiche di alta tecnologia per la riduzione dei consumi energetici e minimo ingombro (min. entry door 90 cm) già diventato un punto di riferimento nel mercato dello stiro "soffiato" delle camicie .
Eagle presenta un innovativo ed efficiente sistema di recupero dell'aria H.A.R.S. (HOT AIR RECOVERY SYSTEM) che cattura l'aria dal pressa-spalle e la convoglia attraverso uno speciale condotto nel ventilatore per l'asciugatura della camicia. In questo modo si ottengono cicli di asciugatura più veloci ed una maggiore produttività, riducendo i consumi di energia elettrica dal 20 al 30%.
L'unicità di EAGLE nel mercato dello stiro soffiato, sta nel pressare sia il carré sia i fessini con dispositivi teflonati, nel nuovissimo sistema di pinzatura delle maniche, con pinze girevoli e

arrotondate per una finitura impeccabile delle maniche e dei festini e nella nuova pala anteriore a scorrimento orizzontale con i comandi delle principali funzioni e regolazioni.
Ridotte dimensioni, semplicità d'uso, bassa rumorosità e possibilità di regolazione in altezza, rendono EAGLE il miglior partner per ogni negozio di lavanderia.
Tutti i visitatori hanno assistito a dimostrazioni dal vivo fornite da operatori esperti che hanno evidenziato caratteristiche e performance di EAGLE e la risposta è stata straordinaria.
Altro cavallo di battaglia di PONY è stato il manichino pressato

ANGEL, che in fiera presentava una bandiera americana dipinta a mano sul pannello anteriore in onore allo spirito nazionale americano.
Pony ha investito sul mercato americano con la certezza che sarà un progetto di successo.

The Clean Show just closed down and the expectations of exhibitors have been fully satisfied.
The American economy is moving its first steps after the recession which deeply hit USA and Europe and you could breathe this renaissance air throughout the three days exhibition.
All attendees had a chance to see the latest and more advanced laundry equipment on the market displayed by

exhibitors from all over the world and they found everything on the show floor to be of great interest.
In this scenario, Pony officially launched its new venture PONY USA, after the agreement with an American company based in Washington DC, comprised of 30 years industry veterans, for the distribution of its equipment in the USA. PONY USA will create a network of dealers throughout the States, supplying technical assistance and logistical support. For the first time, machines and parts will be available in stock in Washington warehouses ready to be shipped to end users who seek quick deliveries with an accurate pre and post sales assistance.
PONY at Clean introduced its brand new EAGLE shirt finisher, featuring cutting edge technology, reduced energy consumption and minimum floor space (min. entry door 90 cm.), aiming to become the new landmark for tensioning shirt finishers. Eagle features H.A.R.S. (Hot Air Recovery System) an efficient system for the recapture of air from the shoulder press, conveying it through a special channel into the fan to speed the drying of the shirt. As a result, EAGLE is able to reduce energy consumption by 20 to 30%, with faster drying times and higher productivity.
The Eagle distinctiveness in the tensioning market, consists of pressing both the yoke and the tucks at the same time with Teflon coated press heads; of a brand new adjustable cuff clamps system, with rotating rounded clamps for a perfect and easy finish of sleeve and tuck; of a new front horizontal sliding paddle with the main controls and regulations buttons.
Energy savings, low noise, compact size, height adjustment and ease of use make the EAGLE the perfect partner for every laundry shop.
All attendees had a chance to see live demonstrations on the machine by expert operators highlighting features and performances and the response was extraordinary.
Another winning horse was the Angel single buck shirt press unit, which proudly disclosed a hand painted American flag on its front panel honoring all American people.
PONY highly believes in the American market and is confident this project will be successful.

• • • RENZACCI

INNOVAZIONE, QUALITÀ, NUOVE LINEE DI PRODOTTI COPERTE DA BREVETTI ESCLUSIVI: sono senz'altro queste le piacevoli sorprese che tutti i visitatori di CLEAN '13 hanno apprezzato maggiormente visitando lo stand Renzacci, posizionato al no. 4655.
Nel settore del lavaggio a secco grandissimo successo è stato riscosso dalla gamma di macchine che utilizzano nuovi solventi ecologici alternativi al percloro della GAMMA EXCELLENCE PREMIUM, con un ventaglio molto vasto e ricco di modelli che spaziano dagli 11 kg (30 Lb) fino ad arrivare a 90 Kg (176 Lb) di cap.; tutte equipaggiate con il NUOVO "NATURE CARE SYSTEM", che riduce notevolmente I CONSUMI D'ACQUA E D'ENERGIA. Le avanzate versioni che utilizzano solventi a base di idrocarburi sia isoparaffinici che siliconici**;** i nuovi modelli esclusivi che utilizzano SYSTEM K4®**;** le innovative macchine che utilizzano Rynex 3E® e quelle che sfruttano al meglio le proprietà del Green Earth®: sono state queste solo alcune tra le più importanti serie di macchinari in mostra con altrettante soluzioni personalizzate per i professionisti del settore!!!.
Parlando di innovazioni nel lavaggio a secco non si può dimenticare poi il grande successo di pubblico e di interesse fatto registrare da NEBULA, la prima lavasecco MULTISOLVENTE che utilizza *"COMBICLEAN" System,* UNICO PERCHÈ fa scegliere al cliente *la combinazione migliore di azione dinamica di lavaggio del solvente sulle fibre in relazione al tipo di capo trattato.*
NEBULA inoltre utilizza il Nuovo sistema DSF™ (Dinamic Saving Flow), che riduce di oltre il 45% la potenza installata ed aumenta il RISPARMIO DI ENERGIA di circa il 40%; senza rinunciare ad un tempo di esecuzione del ciclo estremamente ridotto.
NEBULA è MULTISOLVENTE dato che può essere utilizzata ottenendo risultati di altissimo livello con una gamma molto ampia di solventi, come ad esempio quelli a base di idrocarburo sia isoparaffinico che siliconico.
Nel settore del lavaggio ad acqua invece grandissimo interesse

ha fatto registrare l'esclusiva gamma di lavatrici supercentrifiganti della gamma HS ECOCARE *A SISTEMA ECOLOGICO DI RECUPERO DELL'ACQUA,* tutte dotate di esclusivi ed originali dispositivi studiati dalla RENZACCI per aumentare sensibilmente le prestazioni della lavatrice ad acqua riducendo drasticamente i suoi costi di gestione, risparmiando fino al 40% nei consumi d'acqua e del 15% nei consumi di energia.
Queste caratteristiche produttive sono immediatamente verificabili a partire dall'originale sistema di recupero "Superstorage" Water reclaiming system, di capacità molto ampia e dotato di un sistema a scorrimento rapido estremamente affidabile per velocizzare al massimo i tempi di ricircolo acqua e del suo invio nella botte di lavaggio.
Completa il successo un design compatto, ideale per l'installazione anche in spazi estremamente ridotti, evitando il ricorso a costose ed ingombranti torri di accumulo acqua.
Grande successo ha riscosso inoltre la nuova ed avanzata linea di MACCHINE LAVATRICI AD ACQUA E DI ESSICCATORI COIN-OP, che ha ottenuto a grande risultato in termini di interesse e di vendite in Europa avendo uno speciale riconoscimento per la sua carica innovativa anche negli USA ed in Australia.
Ultima, ma non certo per importanza è la nuova serie di essiccatori a circuito chiuso e recupero integrale del flusso d'aria della gamma RENZACCI RZ.
Apprezzate sono state l'originalità ed l'abbattimento dei costi operativi, una enorme serie di vantaggi, tra i quali vale la pena ricordare il fatto di eliminare completamente qualsiasi necessità di tubazioni di scarico esterne e/o di costose ed ingombranti cappe di scarico.
Niente fori dunque e/o modifiche strutturali sugli stabili, con in più il grande vantaggio di grandi risparmi in consumi di energia!.

INNOVATION, QUALITY, NEW PRODUCT LINES COVERED BY EXCLUSIVE PATENTS: these are for sure the pleasant surprises that all the visitors of CLEAN '13 have appreciated when visiting the Renzacci booth nr. 4655 .
In the dry cleaning field worthwhile to be mentioned is the great success achieved by the new range of machines using solvents alternative to PERC included in the EXCELLENCE PREMIUM RANGE with a wide range and variety of models ranging from 11 kg. (30 Lb..) to 90 Kg. (176 Lb.) load cap.; all equipped with the NEW "NATURE CARE SYSTEM", that remarkably reduces WATER AND ENERGY CONSUPTIONS.
The advanced versions that use hydrocarbon based solvents both isoparaffinic and silicone; the exclusive new models that use SYSTEM K4®; the innovative machines that use Rynex 3E® and the ones that exploit Green Earth® properties at best. These are only some of the most important series of machinery on display with many customized solutions for professionals of the sector!.

Talking about innovations we can not avoid to mention the great success and interest shown for NEBULA, the first MULTI-SOLVENT drycleaning machine featuring the "COMBICLEAN" System, unique because the customer can choose the best combination of wash dynamic action of the solvent according to the kind of garment to be treated.
Moreover, NEBULA uses the New DSF™ (Dynamic Saving Flow) system, which reduces by over 45% the power installed and increases the ENERGY SAVING by 40%, without renouncing an extremely reduced operation time of the cycle. This feature puts it on top of the category for PRODUCTIVITY and FAST-NESS.
NEBULA is MULTISOLVENT since it can work with brilliant results with a wide range of alternative solvents, such us hydrocarbon based solvents and silicone solvents.
In the washing sector, the exclusive range of super-extracting washing machines showed a great success: the HS ECOCARE line, featuring an ECOLOGICAL SYSTEM FOR RECOVERY OF WATER, all endowed with exclusive and original devices studied by RENZACCI to increase considerably the performances of the washing machine by reducing drastically management costs and saving up to 40% in the consumption of water and 15% in the consumption of energy.
These production features can be immediately verified starting from the original recovery system, the "Superstorage" Water reclaiming system, with a very wide capacity and endowed with a system for fast and extremely affordable flowing to speed as much as possible the times of recirculation of water and its flowing into the wash rear drum.
The success has been completed with compact design, ideal for the installation even in extremely reduced spaces, thus avoiding the use of expensive and cumbersome towers for water collection.
A great success has also shown the new line of COIN-OP WASHING MACHINES AND DRYERS, which have had a great result in terms of interest and sales in Europe and has had a special recognition for its innovative features even in in USA and Australia.
Last, but not least, the new series of dryers of the RENZACCI RZ line, featuring a closed-circuit and total recovery of the air flow.
One more time, this line has distinguished itself for originality and reduction of operating costs, offering a huge series of advantages, among which it is worth mentioning that these machines allow the total elimination of any need for external exhaust piping and/or expensive and cumbersome exhaust hoods.
Therefore, no needs for holes and/or structural modifications on buildings, with also the great advantage of big savings in Energy consumption.

• • • SILC

La Silc propone da molti anni una serie di macchine specifiche per la biancheria con gamma completa di presse da stiro.
Le ultime novità introdotte dalla SILC negli ultimi due anni è quello delle nuove presse da stiro pneumatiche. In occasione dell'entrata in vigore della normativa EN10472-6 (norme che precisano le regole da osservare per la sicurezza dell'operatore), la SILC ha colto l'occasione per aggiornare e rendere ancora migliore la sua gamma di presse pneumatiche con la nuova serie S/EIP.
Le caratteristiche essenziali di queste nuove macchine sono:

- Piano superiore riscaldato e vaporizzante - Piano inferiore riscaldato, aspirante e vaporizzante
- Dispositivo di protezione "Salvamani" sul piano superiore con chiusura a 2 pulsanti (come da Normativa Europea EN10472-6)
- Avvicinamento dei piani senza chiusura automatica - Battitura dei piani
- Regolazioni della pressione dell'aria frontali (pressione di schiacciamento, velocità chiusura piani e avvicinamento)
- Piano di appoggio maggiorato

Tutte queste novità ora di serie sulle presse SILC, offrono un livello di prestazioni che sino a ieri erano esclusive dei modelli "industriali" per confezioni.
Per rispondere alle esigenze delle lavanderie industriali, e in particolare del settore della stiratura dei camici e delle divise del personale di ospedali, cliniche e alberghi, la SILC ha negli anni realizzato una gamma completa di presse da stiro con piani lucidi riscaldati a vapore o elettricamente.

Sono presse con forme tradizionali universali, forme bacino e rettangolari (anche in versione maxi con piani lunghi 145 cm.).
Sono macchine da stiro tradizionali, che assolvono in modo perfetto alle esigenze di finitura di alto livello richieste con sempre maggiore insistenza dagli economi di ospedali, e dai direttori d'albergo o di cliniche specialistiche. Sono macchine estremamente robuste grazie all'utilizzo di una serie di affidabili componenti pneumatici prodotti solo da aziende leader nel settore mondiale. Prodotti che la Silc adotta sin dal 1980.
Una pneumatica semplice e affidabile è determinante per garantire durata ed efficienza quando si parla di una attrezzatura che deve aspettarsi un servizio continuo anche in doppi turni di lavoro. La grande qualità costruttiva di queste macchine inoltre assicura anche un'elevata silenziosità dei movimenti della macchina, con un livello di rumorosità totale sempre inferiore a 75 db(A).
Per i piani superiori lucidi di queste presse sono utilizzate lastre di acciaio inox AISI 304 con spessore di 5 mm. Il piano viene successivamente lucidato a specchio. Questo rivestimento in acciaio inox garantisce una durata senza fine, ed elimina i rischi di logoramento e di dannose fuoriuscite di ruggine.

SILC has offered since many years a complete range of complete series of ironing presses.
The group of machines which has been renewed in the last year, is those of SILC pneumatic ironing presses. In the occasion of entering in force of the new European Normative EN10472-6 (concerning safety standards), SILC has taken the opportunity to update and improve its range of pneumatic presses. The main characteristics of the new presses are:

- *Heated and steaming upper buck-heated, vacuum and steaming lower buck*
- *"Safety guard" device on top buck with closing of bucks by 2 push buttons (as per Normative EN10472-6)*
- *Bucks approaching without automatic closing - bucks beating*
- *Three air pressure regulators in the front of the machine (pressing pressure, closing speed and approaching)*
- *Bigger support plate*

These new features of the ironing presses ensure a quality of finishing that in the past was possible only using the "industrial" presses for the garment industry.
Another important factor is the price of these new presses which is the same of the old series.
To respond to the needs of the industrial laundries, and in particular of those specialized in the finishing of doctors and hospital staff uniforms, SILC manufactures a complete range of ironing presses with steam or electric heated polished top buck. These presses are available with many bucks shapes: traditional universal shape, mushroom shape and rectangular shape (with bucks length up to 145 cm.). These machines are extremely solid and reliable; in manufacturing these models SILC uses only components made by the most important European companies.
Great importance is given to the pneumatic components of these presses, because they are the key factor in guaranteeing efficiency and long-life of the machine. The high manufacturing quality of our presses assures also very low noise emissions: the total noise level is always lower than 75 db(A).
The top buck of these presses is made of stainless steel AISI 304 with thickness of 5 mm. The stainless steel guarantees endless life to the buck and eliminates the risks of rust and wear.

• • • SURFCHIMICA

America, un mercato conquistato

Un'azienda che si chiama "SurfChimica" - leader riconosciuta nei prodotti per il lavaggio a secco e ad acqua, e negli accessori per la lavanderia - ha l'America nel destino. Non solo per le notorie tradizioni di quel grande Paese nell'industria chimica, ma anche in virtù di un "Surf" che, come poche altre parole, evoca scenari tipicamente americani a base di mare, gioioso rock and roll dei Beach Boys, magiche tavole con cui sfidare le più gigantesche onde oceaniche.

Se poi si tratta di un marchio effettivamente apprezzato in tutto il mondo, la strada non può che portare agli Stati Uniti di una fiera chiamata Clean, e per qualcosa che va oltre il lancio delle proprie linee. Ce lo conferma Marco Vaccari, titolare di SurfChimica, giovane azienda che ha sede a Peschiera Borromeo, alle porte di Milano - assieme al socio Roberto Castelli, con il quale condivide più di vent'anni di esperienza nel settore.
-Dottor Vaccari, guardando al business, il viaggio che SurfChimica ha appena compiuto a New Orleans non è stato propriamente di "andata e ritorno"...
"Per fortuna no, anzi. Siamo infatti felicissimi di avere colto l'occasione di Clean 2013 per perfezionare la partnership con un'affermata azienda americana".
- Complimenti. E questo cosa significa?
"Che questo nostro partner si occuperà d'ora in poi di distribuire i prodotti SurfChimica per il lavaggio a secco in un mercato fondamentale come quello americano".
- Ciò cosa comporta, per voi?
"Due traguardi tagliati nello stesso momento. Perché, chiaro, c'è l'enorme soddisfazione di avere concretizzato l'intesa con un distributore in grado di aprirci le porte di un Paese così grande e importante. Ma c'è anche il premio riconosciuto ad un'attività di assoluta eccellenza. Perché solo così si spiega l'accesso a un indotto così selettivo e qualificante come quello americano".
- In cosa vi sentite premiati?
"In una nostra costante e appassionata ricerca della qualità. Infatti, chi conosce gli Stati Uniti, sa che la prima domanda su un qualsiasi prodotto straniero non riguarda il prezzo, ma proprio la qualità".
- Che, tradotto in pratica, cosa significa?
"Essere inseriti in un mercato dove, nell'ambito della smacchiatura, si guarda innanzitutto al risultato garantito da chi vende smacchiatori, e può farlo anche a 40 dollari al flacone, se offre determinate garanzie. Che, beninteso, non riguardano solo il grado di pulito".
- E che cos'altro comprendono?
"Un'attenzione al Verde in generale, e ai singoli valori ambientali, da noi sconosciuta. Negli additivi questo apre nuove e grandi prospettive per idrocarburi e solventi alternativi. Non a caso ci siamo inseriti negli Stati Uniti facendo tesoro della nostra esperienza in mercati altrettanto selettivi, come la Germania e i Paesi scandinavi".

Winning over the US market

The destiny of a company called "SurfChimica" – recognized as being a leading name in dry cleaning and laundry products and in accessories for laundries – is America. Not just because of the great country's well-known traditions in the chemical industry, but also because of the "Surf" which, like few other words, conjures up typically American scenes on the beach, the fun rock and roll by the Beach Boys, magical surfboards that take on the most gigantic ocean waves.
And then, if we're talking about a brand that is actually well-known across the world, the road cannot but lead to the United States to an exhibition called Clean, for something that is more than just about launching one's own product lines. As confirmed by Marco Vaccari who owns SurfChimica, a young company in Peschiera Borromeo, just outside Milan – and partner

Roberto Castelli, with whom he shares more than 20 years of experience in the industry.
-Mr.Vaccari, in business terms, SurfChimica's recent trip to New Orleans was not exactly a "return" trip...
"Luckily, it wasn't. If fact, we were very happy to take advantage of Clean 2013 to finalize our partnership with a well-established U.S. company".
- Congratulations. And what does this mean?
"That from now on our partner will be distributing SurfChimica dry cleaning products in a fundamental market which is what the US market is".
- What does this mean for you?
"Crossing two finishing lines at the same time. Because we are clearly very happy to close an agreement with a distributor who can open the doors to such a big, important country. However, there's also the reward of being recognized as an activity of absolute excellence. This is the only way to explain our entry into such a selective, high-caliber market like the U.S."
- How do you feel rewarded?
"In our non-stop, dedicated research into quality. In fact, people who know the United States, know that the first question they ask about any foreign product doesn't concern the price, but the quality".
- What does this mean in practice?
"Being in a market where, as far as spot cleaning goes, the focus is to have guaranteed results from those who sell spot cleaning products, and who can even sell at $40 a bottle if certain guarantees are given. And this means not only the degree of cleanliness of course".
- What else does this include?
"A green approach in general, and a focus on single environmental values, which was unknown to us. In additives, this opens new, big prospects for alternative hydrocarbons and solvents. We did not happen to enter the U.S. market but drew on our experience in markets that are just as selective, such as Germany and Scandinavia".

• • • TREVIL

Trevil al Clean Show 2013

L'edizione 2013 di Clean Show, di soli tre giorni, ha rotto una lunga tradizione che vedeva la fiera statunitense svolgersi per un totale di quattro giorni. Se per un verso questa novità ha ridotto il numero complessivo dei visitatori, dall'altro ne ha selezionato la qualità.
Ogni cliente che ha visitato il nostro stand era seriamente motivato a trovare soluzioni per migliorare il proprio business. L'interesse per concludere affari nel breve termine ha rivelato che le condizioni del mercato statunitense sono oggi decisamente migliori di quanto non lo siano state negli ultimi anni.
Anche dall'area dell'America Latina è giunto un chiaro segnale di crescita: molti i visitatori da paesi del centro e sud America.
Trevil si è presentata a Clean con una gamma veramente completa per lo stiro delle camicie: ogni cliente poteva trovare il prodotto più adatto alle proprie esigenze produttive e alle proprie tasche.
Notevole l'interesse per Princess Ultra, il manichino tensionato universale per lo stiro di camicie da uomo, camicette da donna, giacche e cappotti. I vantaggi di Princess Ultra sono l'estrema versatilità e l'elevata qualità di stiratura. La versione di Princess Ultra presentata a Clean è dotata di una nuova elettronica, ancora più semplice da usare e programmare. La pala frontale girevole a doppia funzione è il tratto distintivo di Princess Ultra: grazie a questo brevetto Trevil, si può facilmente passare dalla stiratura dei capi asciutti alla stiratura dei capi bagnati senza sostituire la pala frontale, come invece richiedono i prodotti concorrenti.
Per la prima volta presenti a Clean gli stiracamicie a piastre della linea Presto. Forte della propria esperienza con i clienti europei, attenti ad ogni minimo dettaglio qualitativo, Trevil ha implementato nei propri stiracamicie a piastre alcune caratteristiche di sicuro interesse: le presse con rivestimento antilucido, la regolazione dell'angolazione delle maniche rispetto al busto e l'attenzione per la qualità di stiratura del fessino.
Il pezzo forte delle dimostrazioni allo stand Trevil è stato lo stirapantaloni Pantastar: ormai giunto alla sua piena maturità, dopo essere stato lanciato nel 2009, Pantastar non cessa di attrarre l'attenzione dei clienti. Si tratta dell'unica vera macchina stirapantaloni: capace di stirare i pantaloni con la stessa qualità di un topper e di una pressa ma in metà spazio e senza richiedere un pressista esperto. Un numero sempre crescente di proprietari lamenta la difficoltà di trovare operatori specializzati e sta seguendo la strategia di assumere manodopera non specializzata e rimpiazzare i costi del personale con investimenti a lungo termine in macchinari.
Per dimostrare che Pantastar è il prodotto ideale per questa esigenza, Trevil ha affrontato e vinto una sfida: ottenere risultati impeccabili utilizzando come operatore… uno studente universitario che mai si era cimentato con lo stiro professionale! Di fronte all'efficacia di questa dimostrazione i clienti sono rimasti a bocca aperta.

Trevil at Clean Show 2013

The 2013 three-day Clean Show marked a sharp departure from its traditional four-day format.

If on the one hand a shorter duration reduced the overall number of visitors, on the other it attracted higher quality and higher caliber attendees.
Each and every client who visited our booth was seriously intent on sourcing solutions for his business. Visitors were keen to clinch business deals in the shortest time possible and this clearly showed that the US business climate had considerably improved compared to the last few years.
Things also seemed to be picking up in Latin America, with

large attendance from central and South American countries. At the Clean show, Trevil displayed an extensive and complete range of shirt pressing solutions. Each client could find the product best suited to his budget and needs.
Stealing the scene at Trevil's booth was certainly Princess Ultra, the tensioning finisher for men's and women's shirts, jackets and coats. Its pluses include: extraordinary versatility and premium quality pressing. The Princess Ultra model displayed at Clean was equipped with new, easier to use and to program electronics. The patented dual-function function front clamp is the distinguishing feature of Princess Ultra that makes it possible to switch from dry to wet garment pressing without replacing the clamp, unlike competing products.
The Presto line of hot plate shirt units made its debut at this year's Clean show. The company, armed with its vast expertise with quality-obsessed European clients, has introduced a number of innovative features, such as the one that guarantees no shine on dark shirts thanks to the special material covering the surface of the presses, no more wrinkles around the armhole thanks to Presto's tensioning arms which are adjustable in height and, last but not least, flawless cuff placket pressing.
Another show-stopper at this year's Clean show was the Pantastar trouser finisher. After its successful launch in 2009, the product has remained a powerful crowd puller. It is the only trouser finishing unit that consists of a single machine that irons the top like a topper and presses the crease like a press, with half the size of a conventional trouser finishing station and eliminating the need for a specialized presser.
A growing number of laundries managers complain about the difficulty of finding skilled labor and they are therefore hiring unskilled workforce and replacing personnel costs with long-term machinery investments.
In order to show that Pantastar is truly an ideal product, Trevil has successfully measured up to the challenge of obtaining perfect results using a university student who had never tried his hand before at professional pressing! The demo was so impressive that it left all clients speechless.

PER UNA INFORMAZIONE COMPLETA ABBONATI a

DETERGO

Abbonarsi a DETERGO conviene sempre; oggi più che mai, con questa rinnovata offerta. Perché DETERGO è lo strumento informativo indispensabile per chi opera nel settore Manutenzione del Tessile e Affini; ti offre, mese dopo mese, tutte le novità che possono migliorare il tuo lavoro e la sua redditività, leggi e normative, comportamento di tessili e capi confezionati, aggiornamenti operativi, notizie su capi difettosi, problemi di vita associativa.

ON LINE GRATIS

Per ricevere la Rivista in forma gratuita per l'anno 2012/2013 inviare una e-mail contenente dati anagrafici dell'azienda, comunicando l'intenzione di voler ricevere in forma gratuita la rivista in formato elettronico, Inviare richiesta a: info@detergo.eu

CARTACEO

Per chi si abbona, DETERGO offre un abbonamento a prezzi super scontati

Abbonamento per 11 numeri € 32,00 anziché € 42,00

Abbonamento per 22 numeri € 54,00 anziché € 84,00

(Per chi è già abbonato, l'abbonamento sottoscritto avrà inizio al termine dell'abbonamento corrente. L'abbonamento alla rivista decorre dalla data della sottoscrizione)

Queste le modalità di pagamento: Deterservice - Via Angelo Masina, 9 - 20158 Milano

BANCA POPOLARE DELL'EMILIA ROMAGNA - IT 11 C 05387 01609 000001504285

And the red dot goes to.... Grandimpianti I.L.E.

Con il vostro design elaborato ed innovativo avete dato prova della vostra conoscenza andando in competizione con le migliori aziende del vostro settore. Quest'anno 1865 produttori, designers e architetti da 54 paesi speravano di ricevere l'ambito marchio di qualità red dot.
La giuria, formata da 37 rinomati professionisti, ha valutato 4662 realizzazioni!
Il vostro prodotto sarà presentato nel "red dot design yearbook 2013/2014", nel red dot design museum e nell'on-line exhibition all'indirizzo web www.red-dot.org/pd.
"Caro vincitore, Congratulazioni!
Ce l'hai fatta. Il prodotto ha conquistato la giuria internazionale di esperti e potrà in futuro ostentare il "red dot", il marchio di qualità per il design eccellente.
Migliaia di prodotti sono stati valutati (4662) durante la competizione di quest'anno, presentati da aziende di tutto il mondo, ma alla fine solo alcune hanno vinto il premio.
Il livello del design esaminato negli anni è in continuo aumento ma il tuo prodotto si è fatto notare tra la folla.
Questo è un magnifico risultato. Coerentemente con la nostra filosofia di "Qualificazione tramite Selezione e Presentazione", che mira a qualificare le aziende, i designers ed infine i consumatori che selezionano prodotti tra una gamma di ottimi oggetti di design[...] Il tuo prodotto sarà inserito nel nostro albo annuale ed online, e sarà presentato ad una odience mondiale come parte dell'esibizione speciale "Design on stage" ed in seguito sarà posto all'interno del red dot design museum.
Ma a parte questo, è quello che tu farai con il tuo premio che conta. Convinci il resto del mondo dell'alta qualità del tuo prodotto."
Professor Dr. Peter Zec Initiator and CEO of the red dot

Whit you elaborate and innovative design, you have proven your know-how and competed with the best in your industry.
This year 1865 manufacturers, designers and architects from 54 countries were hoping to receive the coveted red dot quality seal.
The jury, made by 37 renowned professionals, evaluated 4662 works! Your product will be presented in the "red dot design yearbook 2013/2014", in the red dot design museum and in the on-line exhibition at www.red-dot.org/pd.
"Dear winners, Congratulations! You did it. Your product won over our international jury of experts and can in future flaunt the "red dot" seal of quality for excellent design. Several thousands of products were entered (4662) in this year's competition for the award by companies from all over the globe, but ultimately only few of all entries submitted won a prize.
Despite the fact that design levels are constantly rising, your product still succeeds in standing out from the crowd.
That is a magnificent achievement.
In line with our philosophy of "Qualifying by Selecting and Presenting", which is to qualify companies, designers and ultimately also consumers by picking a selection of good designsé [...]
Your product will be introduced in the yearbook and online, and we will present it to a wide audience as part of the special exhibition "Design on stage" and subsequently in the red dot design museum.
But apart from that, it is really what you do with your award that counts.
Convince the rest of the world of the high quality of your product."
Professor Dr. Peter Zec Initiator and CEO of the red dot

Grandimpianti I.L.E. è lieta di comunicare che nella giornata di lunedì 4 Marzo 2013 è stata insignita del premio "red dot product design award 2013".

Il premio ha visto tra le aziende partecipanti alcuni tra i brand più noti al mondo quali Apple, Audi, Mìele, Siemens, Philips, Bosh, e molti altri oltre che alcuni tra i più importanti designers a livello globale.
Il premio, suddiviso per categorie merceologiche, ha visto Grandimpianti I.L.E. eccellere nel settore Industrial & Crafts (industria ed artigianato) grazie al design innovativo, alla qualità ed all'ergonomia del prodotto GD, l'essiccatoio che subentrerà all'attuale gamma EB.
Si coglie quindi l'occasione per ringraziare tutto lo staff Grandimpianti che ha permesso la realizzazione di questo importante progetto che, ricordiamo, coinvolge il rinnovamento completo della gamma delle lavabiancheria ed, in un secondo tempo oramai prossimo, delle stiratrici. In un momento internazionale economicamente difficile per tutti, potersi distinguere con una onorificenza prestigiosa come questa è non solo motivo di orgoglio ma anche strumento incisivo per potersi proporre presso tutti i nuovi potenziali mercati e consolidare la posizione presso la clientela esistente.

ASSOCIAZIONE ITALIANA PULITURE A SECCO TINTORIE
sali a bordo di ASSOSECCO
ASSOCIAZIONE ITALIANA PULITURE A SECCO e TINTORIE
TI DA' IL SUPPORTO PER " NAVIGARE " NEL SETTORE
ISCRIZIONE ANNUA € 150,00;
INFORMAZIONI SU NUOVE LEGGI;
PERIZIE SU CAPI ROVINATI A PREZZO CONCORDATO € 50,00 + IVA + SPEDIZIONE E RICONSEGNA A PROPRIO CARICO;
SEGRETERIA DISPONIBILE PER INFORMAZIONI / CHIARIMENTI;
CORSI AGGIORNAMENTO GRATUITI;
RIVISTA DETERGO GRATIS;
E MOLTO ALTRO .....
per informazioni
02.7750447
assosecco@unione.milano.it

Parliamo anche di questo

ASSOSECCO
ASSOCIAZIONE ITALIANA PULITURE A SECCO TINTORIE

Tanto per parlarci chiaro …. anzi limpido

Parto da un dato inconfutabile: € 12,50; è quello che ogni socio versa per Assosecco al mese, tanto quanto pagherebbe per una pizza e una bibita consumata in una pizzeria (un po' di mozzarella, pasta lievitata un filo d'olio, pomodoro in scatola, sale e poco più).
La nostra Associazione ha sede in uno dei meglio conservati palazzi d'epoca di Milano (Palazzo Castiglioni), stile Liberty di eccezionale bellezza, ricco di storia ed estremamente rappresentativo, ci sono persone che compongono la Segreteria (naturalmente occupandosi anche di altre organizzazioni di categoria) che si chiamano Emilia, Vittoria, Nadia, Fabrizio, che ogni giorno rispondono al telefono al numero di Assosecco, con cortesia, professionalità e passione (quest'ultima caratteristica non è contemplata nel contratto di lavoro, è un valore aggiunto). Rispondono, danno indicazioni, smistano le richieste, fanno un resoconto dei temi di interesse, ritelefonano, inviano mail, spediscono lettere con le novità per il settore (a volte tutto ciò non viene nemmeno letto), ricordano che la quota associativa non è stata versata allo scadere (spesso si arriva alla fine dell'anno solare senza che ciò venga fatto).
Tutta questa attività ha un costo …. ed il servizio viene erogato in ogni caso, nel costo dell'adesione è compresa la rivista DETERGO, il che non è poco, si tratta dell'unica rivista del settore di spessore (scusate il gioco di parole). Inoltre il socio Assosecco può avere la consulenza dell'ufficio legale e fiscale-tributario e può usufruire delle agevolazioni sui servizi a pagamento erogati (paghe, contabilità, club della sicurezza ecc., ecc.).
In questo periodo, Assosecco garantisce l'attivazione gratuita della PEC (obbligatoria!!!) e la comunicazione in Camera di Commercio (il commercialista richiede da € 30,00 a € 150,00). Deve essere pagato solo il costo alla società con la quale si apre la casella di posta elettronica, circa € 6,00 all'anno con Telecom.
Si prosegue con la preparazione di corsi formativi durante l'anno, che comportano contatti con le Aziende che ci ospitano, spesso si visita la sede per constatarne l'idoneità, si contattano gli specialisti che parteciperanno in qualità di relatori, si decidono gli argomenti, si scrivono gli articoli per la rivista DETERGO (avente spessore, sia perché molte aziende produttrici pubblicizzano i loro prodotti, utili ai clienti per effettuare delle scelte mirate e consapevoli, sia per le rappresentanze di categoria che vi hanno voce).
Ci sono poi gli incontri a Roma con le proposte per la stesura di modifiche degli studi di settore al fine di consentire all'Agenzia delle Entrate di avere un quadro preciso ed aggiornato delle caratteristiche del comparto.
E non va dimenticata la sinergia creata con un'esperta di perizie, ad un costo veramente competitivo, con la garanzia di alta qualità professionale.
E qui mi fermo, anche se potrei continuare ancora a lungo … Come vedete, solo da queste poche considerazioni, il costo annuo dell'Associazione è largamente ripagato!!!!!
Rivendico altresì da parte di chi ci contatta, l'educazione che le persone si meritano e la possibilità di un dialogo senza cadute di stile.
Ognuno è responsabile della propria storia e, quindi, faccia qualche cosa e non subisca il trascorrere del tempo lamentandosi.
L'immobilità e la non scelta di strategie ci fa perdenti.
Buona estate a tutti!

Gabriella Platè

ASSOSECCO

ASSOCIAZIONE ITALIANA PULITURE A SECCO TINTORIE

I provvedimenti del “fare” e una nuova fiducia

Inutile dire che questo momento economico e sociale è tra i più difficili della storia moderna: il quadro è allarmante con il rischio di deprimere le aspettative dei cittadini, i loro consumi e, quindi, l’intera economia.
Il nuovo Governo, seppur con una compagine tanto eterogenea da temere qualche volta per la sua tenuta, si sta impegnando in provvedimenti definiti “del Fare”.
Si tratta di un approccio che le aziende ben comprendono e condividono: la gravità della situazione impone misure urgenti e rigorose. È il momento di essere vicini alle imprese, in particolare alle piccole, che sono il reale sostegno dell’economia italiana.
Le pulitintorie sono in difficoltà, combattono quotidianamente con il calo dei consumi, con la carenza di finanziamenti, con i costi dei prodotti e del lavoro, con bollette sempre più elevate ed una pressione fiscale di eccezionale tenore.
Gli interventi devono essere immediati ed audaci per invertire il processo delle chiusura d’attività. Ma nessuna politica centrerà il fulcro del problema se non si ascolteranno le istanze degli operatori e non si coinvolgeranno le associazioni di categoria, le uniche in grado di rappresentare gli interessi dei pulitintori e delle piccole imprese nel loro complesso.
È necessario che l’amministrazione pubblica diventi più trasparente ed orientata ai risultati per dare un contributo reale alle aziende ed è urgente che il sistema fiscale garantisca equità e sia flessibile ed innovativo per essere in grado di dare significativi incentivi agli investimenti.
È, inoltre, importante sburocratizzare le procedure, rendere più efficaci i controlli verso quegli esercizi che non rispettano le normative (ambientali, fiscali, sicurezza lavoro, ecc.): intervenire verso chi non è in regola e premiare le aziende virtuose.
Le aziende italiane e gli imprenditori hanno dei punti di forza importanti e gli esempi di eccellenza sono frequenti.
Quello che troppo spesso si va riducendo drasticamente è il coraggio di fare che è sempre stata la caratte ristica saliente dell’imprenditore.
È necessario che anche le pulitintolavanderie ritrovino coraggio ed energia e le associazioni possono fare molto per risvegliare gli animi e sostenere le imprese con un “sistema di contagio” che consenta ai giovani di riacquistare la speranza e la voglia di impegnarsi.
Dobbiamo ritrovare la fiducia e pretendere che la politica faccia lo stesso, impegnandosi in quella funzione sociale che deve essere un must “il benessere della collettività”, in una società democratica ed efficiente.

E.P.

Giornata formativa gratuita presso TREVIL

ASSOSECCO
ASSOCIAZIONE ITALIANA PULITURE A SECCO TINTORIE

Per consentire agli operatori della manutenzione tessile di annotare sull'agenda una data importante, segnaliamo la giornata formativa che stiamo organizzando presso la società **TREVIL** per

Domenica 6 Ottobre 2013
Via Copernico 1
Pozzo d'Adda (Milano)

Conosciuta ed apprezzata in Italia ed all'estero per i sistemi per la stiratura professionale ed i generatori di vapore, Trevil mette a disposizione dei pulitintori legati ad Assosecco una sede funzionale dove poter prevedere sessioni teoriche e pratiche ed una visita allo stabilimento.

Nelle prossime settimane sarà inviato il programma della giornata con gli interventi che animeranno l'evento.

Vi aspettiamo numerosi!

Per informazioni e richieste di partecipazione, contattare la Segreteria di Assosecco: tel. 02.7750447

e-mail: assosecco@unione.milano.it

ASSOSECCO

ASSOCIAZIONE ITALIANA PULITURE A SECCO TINTORIE

Si moltiplicano i casi di scorrettezze da parte di alcuni responsabili dei self service

Partiamo dal regime fiscale riferito alle attività di self service: "non sussiste l'obbligo di certificazione dei corrispettivi e quindi non sussiste l'obbligo di emissione di scontrino fiscale per le cessioni e le prestazioni effettuate mediante apparecchi automatici, funzionanti a gettoni o a moneta".

Tanto per chiarire sin dall'inizio, questo non vuole essere un attacco indiscriminato ad una realtà che ha il diritto di esistere, ognuno può decidere di convogliare i propri soldi, le speranze verso un mercato che offre diverse tipologie di idee lavorative.

Quello che non va dimenticato è che ci sono delle regole che vanno seguite da tutti in base alla tipologia della quale si fa parte, se queste si eludono, viene effettuata una concorrenza sleale nei confronti di altri operatori e si provoca un danno allo Stato, quindi, alla collettività.

Nel negozio self service è consentito che: una persona apra e chiuda l'attività in base agli orari indicati, si proceda con il servizio di pulizia del locale, si effettui la manutenzione delle macchine, si riempiano le macchine dei prodotti mancanti e si ritiri l'incasso della giornata. Tutte le fasi che riguardano il servizio erogato, trattandosi di un self service, devono essere effettuate dal cliente, il quale utilizzando le monete o i gettoni, prende in affitto la lavatrice oppure l'asciugatrice, per il tempo necessario al programma utilizzato di giungere a compimento, ivi compreso il riempimento e lo svuotamento delle macchine, la piegatura dei capi ed il loro inserimento nelle borse per il trasporto.

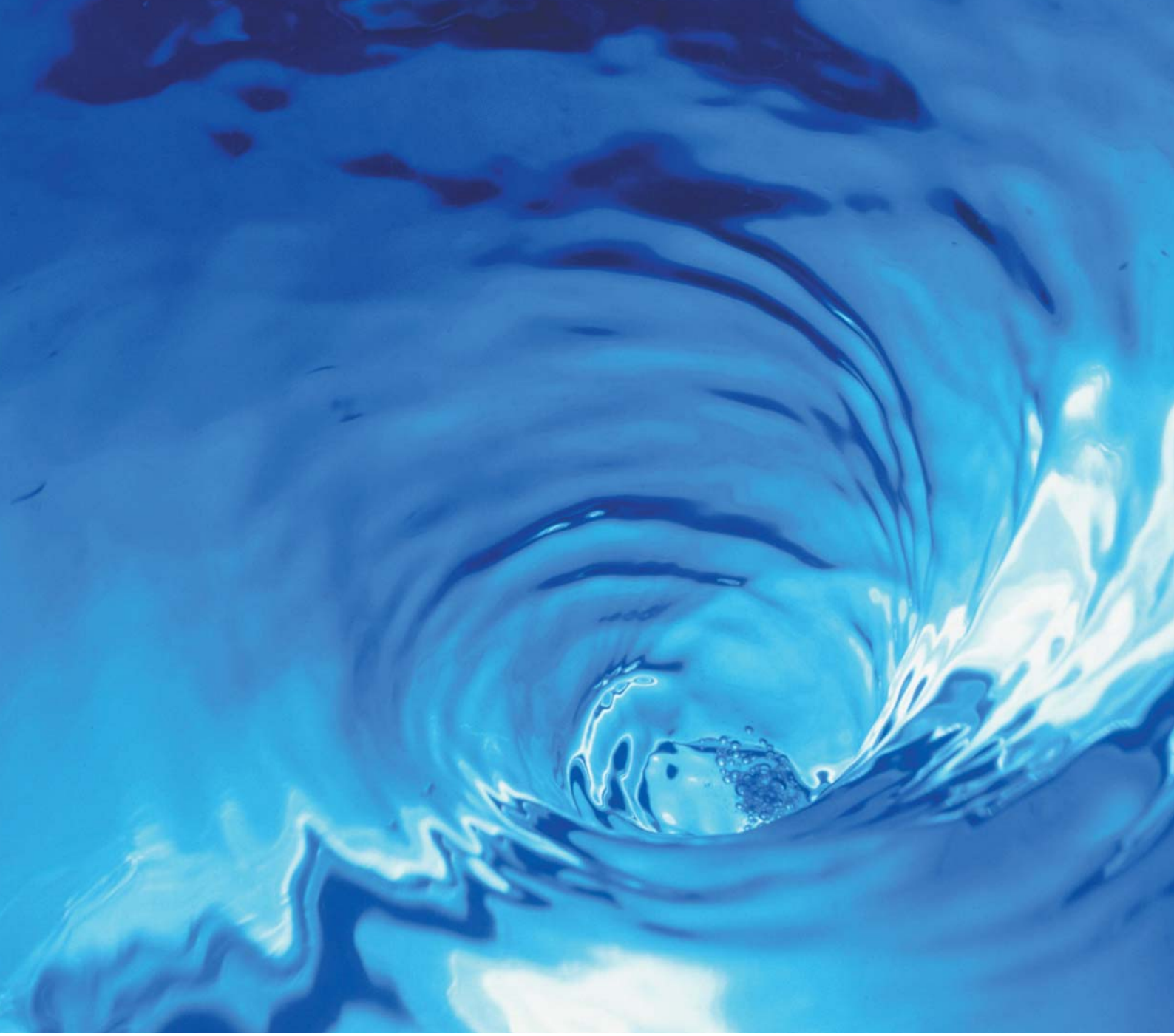
Questo e solo questo, è ciò che può avvenire nei self service.

Sempre più spesso sulle vetrine di queste attività compaiono offerte di custodia piumoni, pubblicità per lavaggio tappeti, riparazioni sartoriali, accurata stiratura, consegna a domicilio, il tutto naturalmente non attenendosi alle regole dei self service: questo naturalmente provoca un vero danno a chi opera nel settore in altri comparti dove, oltre ad essere consentito tutto ciò, si ha l'obbligo di emettere scontrino o ricevuta fiscale.

Ogni imprenditore può diversificare la propria attività in tradizionale, rapido, monopezzo, self service, ma ha l'obbligo di comportarsi correttamente.

Mentre scrivo penso ai tanti colleghi che stanno affrontando questo periodo travagliato e lunghissimo, ai tanti colleghi che hanno da sempre creduto in un etica professionale, e che nonostante tutto quello che ci circonda vogliono crederci ancora ... e tu da che parte sei?

Gabriella Platè



EXPOdetergo INTERNATIONAL 2014

17ª Mostra internazionale specializzata delle attrezzature, servizi, prodotti e accessori per lavanderia, stireria e pulizia dei tessili e affini in genere

17th Specialized international Exhibition of equipment, services, products and accessories for laundry, ironing, cleaning of textiles and allied products

www.expodetergo.com

fieramilano

3-6 Ottobre/October 2014

EXPO Detergo S.r.l.
Società Unipersonale - Società soggetta a direzione e coordinamento di ASSOCIAZIONI FORNITORI AZIENDE MANUTENZIONE DEI TESSILI

Via Angelo Masina, 9 - 20158 Milano, Italy
Tel. +39 02.39314120 - Fax +39 02.39315160 - expodetergo@libero.it

FIERA MILANO S.p.A.
Strada Statale del Sempione, 28 - 20017 Rho, Milano - I
www.fieramilano.it

Tel. +39 02.4997.6215-6241 - Fax +39 02.4997.6252
expodetergo@fieramilano.it

FIERA MILANO

42ª puntata

Piccola guida del Pulitintore

A cura dell'Ing. Vittorio Cianci direttore di LART

Etichettatura di manutenzione negli Stati Uniti

La Federal Trade Commission incaricata del "CARE LABEL RULE" (regolamentazione delle etichette di istruzione di lavaggio, candeggio, asciugatura, stiratura e conservazione dei capi e tessuti di abbigliamento) esiste fin dal 1972 ed il suo compito è quello di far si che appropriate etichette di istruzioni siano applicate ai capi e ai tessuti di abbigliamento prima che siano immessi alla vendita.
La legge richiede che le etichette contengano istruzioni particolareggiate (i simboli possono essere adoperati, ma in maniera complementare alle parole) sul tipo di lavaggio ed asciugatura del capo di abbigliamento sul quale sono applicate, mettendo in guardia il consumatore se sono necessari particolari accorgimenti trascurando i quali il capo potrebbe danneggiarsi.
SONO LE PAROLE CHE CONTANO E CHE DANNO LE ISTRUZIONI ESATTE SU QUELLO CHE SI DEVE FARE. Nel testo di legge è incluso un lessico dei termini che devono essere usati nel compilare l'etichetta. Trattandosi di norma di legge, qualsiasi capo o tessuto di abbigliamento non marcato in conformità della legge verrà fermato dalla dogana americana.

Come deve essere applicata l'etichetta

Le etichette di manutenzione devono essere applicate in maniera da essere visibili o facilmente individuate dal cliente quando il capo è posto in vendita. Se l'articolo è in confezione o piegato in maniera tale che il possibile acquirente non possa vedere l'etichetta di istruzione del lavaggio, queste dovranno apparire anche all'esterno della confezione o su di un cartellino supplementare applicato al capo. Devono rimanere leggibili per tutta la durata del capo stesso. Devono mettere in guardia l'acquirente contro l'adozione di metodi di pulitura, lavaggio o semplice manutenzione, dati per scontati, ma che invece sono dannosi per il capo stesso.

Parole da adoperarsi sull'etichetta

La definizione delle parole da usarsi sono sotto riportate. Se il prodotto non può essere in alcun modo lavato con acqua o a secco deve essere specificato sull'etichetta "do not wash - do not dryclean". L'etichetta per capi di abbigliamento in tessuto deve avere le istruzioni per il lavaggio o quelle per la pulitura a secco.

Istruzioni per il lavaggio ad acqua

Devono contenere le istruzioni per:
1) lavaggio vero e proprio; 2) candeggio; 3) metodo di asciugatura;
4) tipo di stiratura e temperatura e 5) avvertimenti e raccomandazioni speciali.

Lavaggio vero e proprio

L'etichetta deve specificare se il capo debba essere lavato a mano o in lavatrice. Deve anche specificare la temperatura da usare qualora l'acqua bollente non sia da usarsi perchè rovina il capo.

Esempio

	Come appare sull'etichetta	Significato
1)	**Machine wash** **Warm water**	**Lavare in lavatrice con acqua calda tra i 32 e i 43 °C. Significa anche che non deve essere usata acqua bollente.**
2)	**Hand wash** **Cold water**	**Lavare a mano in acqua fredda. Non lavare in lavatrice con acqua calda o bollente.**

Candeggio

Se tutti i prodotti per il candeggio disponibili sul mercato possono essere usati sull'etichetta non c'è bisogno di menzionarlo oppure si può scrivere "bleach when needed". Se l'uso corrente di candeggio al cloro può danneggiare l'articolo, ma non altri tipi di candeggio, sull'etichetta va scritto "only non chlorine bleach when needed". Se tutti i candeggianti in commercio possono danneggiare l'articolo sull'etichetta va scritto "do not bleach".

Esempio

	Come appare sull'etichetta	Significato
1)	**Machine wash, warm** **Bleach when needed**	**Tutti i tipi di candeggio che si trovano in commercio possono essere regolarmente usati.**
2)	**Machine wash, warm** **Only non chlorine bleach when needed**	**Debbono essere usati prodotti per candeggiare che non siano a base di cloro.**

Metodi di asciugatura

L'etichetta deve specificare se l'articolo può essere asciugato a macchina o con altro sistema. Nell'asciugatura a macchina (essicatore o tumbler dry) se l'uso di alte temperature non danneggia il capo non c'è bisogno di specificare la temperatura, che invece è obbligatorio indicare qualora l'articolo possa essere danneggiato da temperature al di sopra di un certo valore; esistono programmi di asciugatura in tumbler a media o a bassa temperatura.

Esempio

	Come appare sull'etichetta	Significato
1)	**Machine wash, warm** **Bleach when needed** **tumbler dry**	**Nella centrifuga per l'asciugamento può essere adoperata senza problemi qualsiasi temperatura: alta media bassa.**

Etichettatura di manutenzione negli Stati Uniti

2)	**Machine wash, warm Bleach when needed Tumbler dry, medium**	**Nell'asciugatura in macchina può essere adoperata solo temperatura media o bassa.**

Stiratura

Le indicazioni sul tipo di stiratura sono da indicarsi solo nel caso che l'articolo richieda di essere stirato. In questo ultimo caso va indicata la temperatura da usarsi; se non vi è alcuna indicazione di temperatura significa che il ferro molto caldo non è dannoso.

Esempio

	Come appare sull'etichetta	Significato
1)	**Machine wash, warm Bleach when needed Tumbler dry, Medium Warm iron**	**Adoperare il ferro a temperatura media o bassa.**

Raccomandazioni speciali

Qualora l'articolo sottoposto ad uno dei trattamenti indicati sinora, dovesse subire danni, l'etichetta deve mettere in guardia il consumatore; normalmente tale avvertimento è indicato in forma negativa con la dicitura DO NOT oppure NO oppure in forma limitativa con la dicitura ONLY (solamente) a seconda che il procedimento sia da escludersi completamente o da eseguirsi con particolari accorgimenti.
Esempio: anche se la stiratura non è necessaria su base regolare, il cliente potrebbe essere tentato di dare qualche colpetto di ferro di tanto in tanto al capo, per rinfrescarlo e questo lo potrebbe danneggiare; sul capo allora deve comparire la scritta DO NOT IRON (non stirare).
Esempio: se il lavaggio del capo con altri indumenti può danneggiare quest'ultimi l'etichetta deve mettere in guardia il consumatore; ad esempio se i colori stingono va scritto WASH WITH LIKE COLORS (lavare con capi di eguale colore) oppure WASH SEPARATELY (lavare separatamente).
Non è necessario dare avvertimenti se la procedura indicata esclude automaticamente altri metodi.
Esempio: se nell'etichetta è indicato DRY FLAT (asciugare in piano a capo disteso) non è necessario indicare DO NOT TUMBLE DRY (non asciugare nell'esssicatoio o centrifuga della lavatrice); il primo metodo esclude automaticamente il secondo.

Istruzioni per il lavaggio a secco

Se tutti i tipi di solvente disponibili in commercio possono essere adoperati, nell'etichetta non c'è bisogno di specificare il tipo di solvente da utilizzarsi.
Qualora però uno o più tipi di solventi possano danneggiare l'articolo deve essere specificato nella etichetta qual è il tipo di solvente da adoperarsi.
Oltre al tipo di solvente va anche indicato se il capo richiede cure speciali.

Esempio:

	Come appare sull'etichetta	Significato
1)	**Dryclean**	**L'articolo può essere pulito a secco senza dover prendere delle precauzioni speciali**

		ovvero con qualsiasi sistema di pulitura e con qualsiasi solvente.
2)	**Professional dryclean** **Perchlorethylene**	**L'articolo deve essere affidato a una lavanderia specializzata e si possono usare solo solventi al percloroetilene (altri solventi possono danneggiare il capo)**

Raccomandazioni

Qualora un qualunque processo utilizzato normalmente nel lavaggio a secco possa danneggiare l'articolo, è necessario specificarlo in etichetta o in forma negativa DO NOT o NO o in forma limitativa ONLY

Esempio

Come appare sull'etichetta	**Significato**
Professional dryclean **No steam**	**Lavare a secco in lavanderia** **Non vaporizzare**

GUIDA PER IL CONSUMATORE

	Che cosa è scritto sull'etichetta	**Significato**
Non lavabile a macchina	Lavaggio a mano	Lavare solo a mano in acqua tiepida. Può essere candeggiato. Può essere lavato a secco
	Solo lavaggio a mano	Come sopra ma non si può lavare a secco
	Lavare a mano separatamente	Lavare da solo a mano o con colori similari
	Non candeggiare	Non usare candeggianti
	Straccio umido	Pulire la superficie con uno straccio umido o spugna
Asciugatura domestica	Asciugare in aria calda	Asciugare in tumbler nella posizione indicata: alta temperatura, media, bassa o senza calore
	Asciugare in aria calda Rimuovere prontamente	Come sopra ma senza ciclo a freddo. Rimuovere immediatamente quando il tumbler si ferma
	Asciugare facendo sgocciolare	Appendere umido e lasciare asciugare mettendo in forma con le mani
	Asciugare appeso (filo)	Appendere bagnato e lasciare asciugare
	Non strizzare e non torcere	Asciugare appeso, solamente facendo sgocciolare o asciugare in piano; non manipolare per prevenire sgualciture o distorsioni
	Asciugare in piano	Disporre l'indumento su superficie piana
	Asciugare bloccato	Mantenere forma e taglia originale durante l'asciugatura
Stiro	Ferro freddo	Usare il ferro alla temperatura più bassa
	Ferro caldo	Usare il ferro a temperatura media
	Ferro bollente	Usare il ferro molto caldo
	Non stirare	Non stirare o pressare con vapore
	Stirare a vapore	Stirare con ferro o pressa a vapore
	Stirare	Umidificare il capo prima di stirare
Lavare a secco	Lavare solo a secco	Il capo può essere lavato solo a secco, anche selfservice
	Solo lavaggio a secco professionale	Non usare macchine lavasecco selfservice
	Non lavare a secco	Usare le istruzioni di lavaggio raccomandate; non usare prodotti per il lavaggio a secco

Etichettatura di manutenzione negli Stati Uniti

GUIDA PER IL CONSUMATORE

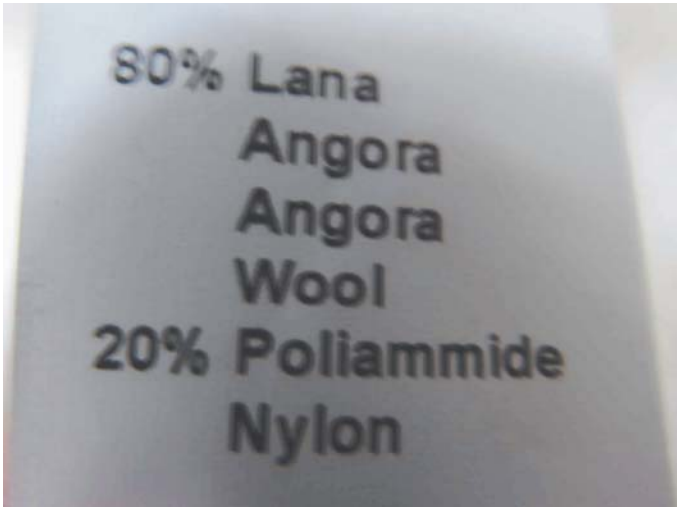
	Che cosa è scritto sull'etichetta	Significato
Lavabile a macchina	Lavabile a macchina	Lavare, candeggiare, asciugare con qualsiasi metodo usuale per il consumatore includendo lavasecco e lavanderie commerciali
	Lavabile solo in casa	Come sopra ma non usare lavanderie commerciali
	Non candeggiare con cloro	Non candeggiare con cloro, si può adoperare acqua ossigenata
	Non candeggiare	Non usare alcun tipo di candeggiante
	Lavare a freddo Risciacquare a freddo	Usare acqua fredda da rubinetto o lavare in lavatrice a freddo.
	Lavare a caldo	Usare acqua calda o lavare in lavatrice con acqua calda. Risciacquare a caldo
	Lavare ad alta temperatura	Usare acqua molto calda o lavare in lavatrice ad alta temperatura
	Non centrifugare	Togliere il carico dalla lavatrice prima della centrifuga
	Ciclo delicato	Usare il ciclo di lavaggio appropriato in lavatrice oppure lavare a mano
	Ciclo di stiratura durevole	Usare il ciclo di lavaggio appropriato, oppure usare acqua calda, risciacquare con acqua fredda e centrifuga breve
	Lavare separatamente	Lavare da solo o con colori simili

MUSEO DELLE ETICHETTE

LABEL MUSEUM

Nell'80% sono inserite più fibre di composizione diversa

Ogni fibra dovrebbe essere indicata con la sua percentuale



80% include fibers of different composition.

Each fiber should be listed together with its relative percentage

DIFETTI

DEFECTS

Lacerazioni su tovagliato

Ripping of table linens

Abbiamo effettuato il controllo del grado di polimerizzazione (GP). Il risultato del controllo GP = 500 evidenzia uno stato pessimo della fibra cellulosica (riduzione drastica del numero di molecole che formano la catena molecolare).
La determinazione del grado di polimerizzazione si misura attraverso la misura di viscosità della soluzione di cellulosa in un liquido cuproammoniacale.

We conducted a test to determine the degree of polymerization (DP).
The resulting DP of 500 indicates that the celluloid fiber is in terrible condition (drastic reduction in the number of molecules that form the molecular chain).
The degree of polymerization is determined by measuring the viscosity of celluloid dissolved in cuprammonium solution.

Abbiamo calcolato il fattore di danneggiamento

We calculated the degradation factor as follows:

$$\text{Fattore danno / } \textit{Degradation factor} = \frac{(\log.\ 2000/Pb - 2000/Pa + 1)}{\log.2} = \frac{(\log.2000/500 - 2000/2000 + 1)}{\log 2} = \frac{\log 4}{\log 2} = 2$$

Pa = valore del GP del tessuto originale =2000 nel caso in oggetto
Pb = valore del GP del tessuto lavato = 500

Pa = DP value of the original fabric = 2000 in this case
Pb = DP value of the fabric after washing = 500

Il valore riscontrato è superiore a 1-1,2 che rappresenta il valore da non superare dopo 50 lavaggi per grado di sporco molto forte.
Riteniamo che il tovagliato abbia subito almeno 100 lavaggi. Dopo 50 lavaggi il GP dovrebbe essere 1200 per cui, utilizzando la stessa formula il fattore danno diventa 0,73.
Di conseguenza il tovagliato ha subito almeno 100 lavaggi.

Prevenzione

Per essere sicuri di usare prodotti di candeggio e condizioni macchina ottimali, si consiglia di inserire nei lavaggi successivi una pezzo di tessuto di cotone di cui si conosca il GP, la resistenza alla trazione e alla lacerazione e di verificare la perdita di resistenza meccanica e il GP dopo 25 lavaggi e dopo 50 lavaggi.

The resulting value exceeds 1-1.2 which is the maximum acceptable limit value after 50 wash cycles at the heavily soiled setting. We feel that the linens in question have been washed at least 100 times. After 50 wash cycles the DP should be 1200 and therefore, using the same formula, the damage factor would be 0.73. Hence the linens have undergone at least 100 wash cycles.

Prevention measures

To make sure that the right laundry detergents and washing machine settings required for optimal performance are being used, we would suggest adding to the next wash a piece of fabric of known DP, tensile and tear strength, and then verifying the amount of mechanical resistance and DP lost after 25 wash cycles and again after 50 wash cycles.

Standard di riferimento da non oltrepassare/*Reference standard not to be exceeded*

	Fattore danno *Degradation factor*	Decadimento % resistenza alla trazione *Tensile strength loss %*	Decadimento % resistenza alla lacerazione *Tear strength loss %*
Tal quale/*Original*	0		
Dopo 25 lavaggi/*After 25 wash cycles*	<08	15	20
Dopo 50 lavaggi/*After 50 wash cycles*	<1,1	30	40

"SE NON SAI DOMANDA"

L'Ing. Vittorio Cianci e il suo Staff di collaboratori saranno a vostra disposizione per rispondere a tutte le domande che invierete via e-mail agli indirizzi indicati.

(Risposte chiare a problemi complessi)
- Domande riguardanti problemi tecnici legati ai materiali, alle difettosità, alla tossicità, ai reclami, alle anticipazioni dei materiali e alle problematiche di manutenzione, alla chimica tessile del lavaggio
- Domande riguardanti le controversie
- Informazioni generali e altre informazioni
- Problematiche di manutenzione e di chimica tessile del lavaggio

L'ESPERTO RISPONDE
I quesiti vanno inviati a
e-mail: info@detergo.eu
oppure a
e-mail: lart@lartessile.it

Le domande più interessanti saranno pubblicate con relativa risposta

"ASK IF YOU DON'T KNOW"

Eng. Vittorio Cianci and his Staff will be on hand to answer all your questions sent via email to the addresses indicated below.

(Clear answers to complex problems)
- *Questions regarding technical problems related to the materials, defectiveness, toxicity, complaints, advance info on materials and care problems, textile chemistry applied to cleaning*
- *Questions concerning disputes*
- *General information*
- *Textile care and industrial chemistry issues affecting washing*

THE EXPERT'S ANSWER
Questions can be sent to
info@detergo.eu
or
lart@lartessile.it

The most interesting questions and related answer will be published

RISPOSTE ALLE DOMANDE PERVENUTE

Perché i piumini durante l'indosso perdono le piume

Si è persa da parecchio tempo (per motivi di riduzione costo) l'abitudine di inserire il sacco piuma e di iniettare direttamente le piume che rimangono a contatto con il tessuto esterno e la fodera. In aggiunta i tessuti utilizzati sono molto leggeri 30g/mq e spesso non molto battuti. A peggiorare la situazione si utilizzano piumaggi di non buona qualità con presenza di un numero elevato di fibre di piuma (oltre alla piuma), fibre di piumino (oltre al piumino) e piume rotte chiamate tecnicamente altri elementi in aggiunta alla % di piume e piumini.
Sono proprio tali altri elementi che fuoriescono dal tessuto.

ANSWERS TO THE QUESTIONS RECEIVED

Why do down coats lose feathers when worn?

A long time ago (to reduce costs) manufacturers started to stuff the down fill directly between the garment lining and the outer fabric instead of encasing it in down-proof lining first. Moreover, the fabrics used these days are very light weight (30 g/m2) and often are not very tightly woven. The situation is worsened by the use of low quality down containing a lot of feather fibers (in addition to feathers), down fibers (in addition to down) and broken feathers, technically called "other elements", which are added to the % of feathers and down. These "other elements" are those that usually poke through the fabric.

Why do clients often complain that their jackets, down coats or duvets are not as warm after being washed?

Thermal insulation capacity is driven by the thickness/thermal conductivity coefficient ratio. When the thickness of fill material decreases, so does its insulation capacity. The actual reduction

Perché spesso dopo i lavaggi i clienti si lamentano che i giubbotti o piumini o piumoni tengono meno caldo?

La coibenza termica è data dalla formula spessore/coefficiente di conducibilità termica. Se lo spessore del materiale di riempimento si abbassa, diminuisce la coibenza termica. La riduzione di spessore dipende dalla qualità del materiale di riempimento, dalla larghezza delle zone di trapuntatura (se le zone circoscritte dalla cucitura di trapuntatura sono larghe, il materiale interno si può spostare ed ammassarsi) e dalle condizioni di lavaggio (tipo di lavaggio, prodotti utilizzati e agitazione meccanica).

Quali sono gli interventi di manutenzione e pulizia da effettuarsi nelle macchine a percloro e la loro frequenza: ordinaria e straordinaria

Di norma gli interventi di manutenzione sono indicati nei manuali di manutenzione consegnati assieme alle macchine.
Il Sig. **Giorgio Grasselli** titolare della lavanderia 3Più risponde direttamente al quesito:

in thickness depends upon the fill material quality, the size of quilted areas (if the areas enclosed by rows of stitches are too wide, the fill within them may shift and form clumps), and laundering conditions (cleaning method, type of products and mechanical agitation level).

Which standard and extraordinary maintenance/cleaning operations should a PERC (perchloroethylene) machine undergo, and how frequently?

DOW

La qualità fa la Differenza per la Freschezza

DOWPER™: percloroetilene di comprovata qualità e punto di riferimento tradizionale nel lavasecco.
DOWPER™ Pure Power: percloroetilene vergine con una formula specifica e con un elevato grado di purezza.
Progettato per macchine di nuova generazione. Disponibile in sistema SAFE-TAINER™.

SAFECHEM Europe GmbH
Marco Roncelli
Telefono: +39 335 79 08 781
m.roncelli@safechem-europe.com

www.safechem-europe.com

®™Marchio della The Dow Chemical Company ("Dow") o di sue consociate di Dow
SAFECHEM Europe GmbH é una consociata della The Dow Chemical Company

SAFECHEM be responsible

Manutenzione ordinaria
Tutte le operazioni indicate vanno svolte con D.P.I. in dotazione (maschera antigas, guanti anti solvente, occhiali di protezione ecc.):
1) pulizia filtro aria e prendispillo ogni 4-5 lavate
2) pulizia settimanale del distillo per eliminare i fanghi e oli da smaltire secondo normativa
3) controllo olio lubrificante (compressore, circuito aria ecc.)
4) livello circuito pompa frigo tramite apposita spia una volta al mese
5) evitare di superare la pressione indicata dal costruttore nei filtri
6) controllo settimanale del pH del solvente
7) pulizia dei serbatoio ogni 6-7 mesi

Manutenzione straordinaria
Da eseguirsi una volta ogni due anni, necessita dello smontaggio di componenti e la presenza di un tecnico abilitato (pulizia batteria di raffreddamento, condensatore, distillo, ecc.)

Come è possibile valutare la bontà ed efficienza del mangano a vapore

- Non ci devono essere depositi nella vaschetta (conca). I depositi possono essere provocati da biancheria mal risciacquata, durezza dell'acqua, temperatura bassa della vaschetta ecc.
- Il tasso di umidità residua deve essere inferiore al 55%
- Controllo termico. La temperatura della vaschetta deve essere costante in tutta la sua superficie e corrispondere alla pressione del vapore (nel caso di riscaldamento della vaschetta a vapore)
- Controlli meccanici: controllo del contatto tra rullo e fondo vaschetta -orizzontabilità della vaschetta – rapporto rullo/vaschetta (pressione uniforme) – diametro del rullo.

DOMANDE PERVENUTE CHE SARANNO PUBBLICATE SUL PROSSIMO NUMERO

- Come funziona un mangano?
- Trattamenti speciali per eliminare le macchie
- Componenti del detersivo
- Perché tal volta si infeltriscono i capi di lana nel lavaggio a secco?
- Ha senso una etichetta trovata su un abito da sposa 50% seta 50% altre fibre?

Usually maintenance operations are listed in the instruction manuals delivered with the machines. Mr. ***Giorgio Grasselli****, owner of 3Più cleaners, provided this answer:*

Routine servicing
All of these operations should be performed using the required PPE (gas mask, solvent-proof safety gloves, safety goggles, and so on):
1) clean the air filter and button trap every 4-5 washes
2) clean the tank filter weekly to remove sludge and oils, to be later disposed of as required by law
3) check the lube oil (compressor, air circuit etc.)
4) check the cooling pump circuit level using the related level display gauge once a month.
5) make sure the pressure does not exceed that indicated by the filter manufacturer at any given time
6) check the solvent pH weekly
7) clean the tank every 6-7 months

Non-routine servicing
Should be performed every two years by a fully qualified technician, as it involves disassembly of key components (cleaning of the cooling unit, condenser, still, etc.)

How to assess the performance and efficiency of a steam ironer

- *The tray (bed) should be free of deposits. Deposits may form as a result of poorly rinsed laundry, hard water, excessively low temperature of the tank etc.*
- *Residual humidity levels should be less than 55%*
- *Temperature check. The bed temperature should be constant across the entire surface and match the steam pressure (in the case of steam-heated beds)*
- *Mechanical checks: check the contact area between the roller and the bottom of the bed - horizontal alignment of the bed - the roller/bed contact areas (to ensure uniform pressure) – diameter of the roller*

QUESTIONS ANSWERED IN THE NEXT ISSUE

- *How does an ironer work?*
- *Special stain treatments*
- *Detergent contents*
- *Why does dry cleaning at times cause wool garments to felt?*
- *Does it make sense for a wedding dress label to list fabric content of 50% silk and 50% other fibers?*

LART LABORATORIO ANALISI E RICERCA TESSILE
41012 Carpi (MO) - Via Vasco Da Gama, 2 - Tel. 059/645279 - Fax 059/621856
e-mail: lart@lartessile.it http://www.lartessile.it - Skype lartsrl

Crisi e clima… per un “cambio stagione” molto deludente

VITO CARONE
Presidente CONFARTIGIANATO ANIL

Con il caldo della bella stagione… via piumoni, trapunte, ma anche giacconi e maglie di lana per lasciare spazio alla fresca biancheria primaverile e poi a quella estiva, e per noi finalmente …….LAVORO!
Abbiamo pazientemente atteso per tutto l’inverno quello che rappresenta il periodo di maggiore attività, il cambio stagione appunto, ma le aspettative sono state deluse.
La primavera 2013 è stata piovosa e con temperature al di sotto della norma, la neve si è fermata sulle regioni centro-settentrionali fino alla terza decade del mese di maggio e questo non ha consentito di indossare gli abiti cd. “mezzo peso”, o se qualche capo è stato usato, lo si è fatto per così poco tempo che non è sembrato necessario portarlo in lavanderia.
E poi c’è la crisi che doveva essere risolta da tempo, ma che ancora sentiamo chiara e forte: sono mesi che diminuisce progressivamente il lavoro e aumentano i costi di gestione.
Quindi, che facciamo? Cessiamo le nostre imprese?
Molti colleghi in questi ultimi mesi lo hanno fatto, ma a chi è ancora sul mercato voglio mandare un segnale di speranza.
Ho appena descritto una situazione negativa per farvi comprendere che siamo tutti sulla stessa barca, abbiamo gli stessi problemi da affrontare e siamo ben consapevoli del momento storico-economico che stiamo vivendo, ma dobbiamo essere ottimisti e guardare oltre.
Non so se accade anche a voi, ma per quanto mi riguarda sono diventato più sensibile alle novità, sono interessato a tutto quello che potrebbe servire a rinnovare ed innovare la mia attività, come mai avrei fatto in passato quando lavoravo anche la notte perché altrimenti non sarei riuscito a consegnare.
Ho letto recentemente un articolo in cui, citando il prof. Micelli dell’Università Ca’ Foscari di Venezia, si parla dell’artigianato come della chiave per uscire dalla crisi, perché **“il lavoro non si cerca, si crea”.**
Ora io non so quanto sia vera questa affermazione, ma so che mi piace pensare ad un’economia fondata sul lavoro artigiano nel quale noi siamo maestri e dove sono certo che riusciremmo a riconquistarci il nostro spazio di dignità, perché l’artigianato restituisce dignità non solo alle cose, ma anche alle persone.

Confartigianato Bergamo e Luigi Rota a servizio delle imprese di lavanderia

Professionalità, formazione, innovazione, e capacità imprenditoriale per avere futuro nel mondo del pulito

Dopo un decennio che ha visto quasi dimezzarsi il numero delle imprese, nella sola provincia di Bergamo sono passate, tra lavanderie, pulitrici chimiche a secco e a umido, tintorie e stirerie, da oltre 500 unità alle circa 340 di oggi, per le pulitintolavanderie tradizionali è arrivato il momento del riscatto: un riscatto fatto di maggiore formazione, specializzazione, professionalità, e di una diversificazione dei servizi offerti.
Innanzitutto dobbiamo ammettere che il mercato ha fatto pulizia di molti improvvisati che negli anni '90 avevano invaso il settore, premiando alla fine le attività storiche, che hanno saputo fidelizzare la clientela. Il proliferare del numero delle lavanderie era in gran parte dovuto ai lavoratori fuoriusciti dal tessile, settore in declino, che avevano tentato la fortuna senza la necessaria esperienza e trascurando l'analisi del mercato locale.
Ad un problema in qualche modo superato però se n'è aggiunto subito uno nuovo, ancora più insidioso: quello delle lavanderie a gettone, i self-service, che hanno messo le lavanderie davanti ad una forma di concorrenza non sempre corretta.
Per loro natura questi self-service sono attività commerciali, non artigiane, quindi non devono avere la presenza di un addetto.
Invece la realtà è purtroppo diversa, perché la regola viene aggirata, configurando spesso situazioni di concorrenza sleale.
Confartigianato da tempo sta conducendo una dura battaglia, chiedendo alle autorità competenti maggiori controlli su queste "lavanderie automatiche" per accertarne il rispetto delle regole, ma la strada è tutta in salita. La legge di settore, fortemente voluta dalla categoria, ha introdotto l'obbligo di nominare, uno per ciascuna sede, un responsabile tecnico che abbia seguito un percorso formativo o tramite esperienza lavorativa o per percorso scolastico/formativo. Questa figura nelle attività artigianali coincide con il titolare ed è un riconoscimento della professionalità necessaria per fare questo tipo di attività. Allo stesso tempo gli imprenditori, proprio per il riconoscimento avuto della loro professionalità, non devono stare con le mani in mano ma devono continuare a formarsi ed a innovare la loro attività. La loro forza, come più volte ribadito, è la qualità del servizio offerto e la capacità di ascolto del cliente, uniti alla capacità di risolvere piccoli e grandi problemi legati ai capi da trattare. L'invito agli operatori è quindi quello di sfruttare queste capacità e di non aver timore di affrontare un mercato agguerritissimo ma dove si possono aprire spazi interessanti di lavoro.
Occorre inventare qualcosa di nuovo per diversificarsi dalla concorrenza, trovando servizi nuovi da affiancare a quelli classici. Ad esempio, quello di istituire il ritiro e la consegna a domicilio, specie per i capi ingombranti, che potrebbe avere una buona risposta da parte di una clientela che ha sempre meno disponibilità di tempo. O ancora, effettuare piccole riparazioni e piccole attività di sartoria, servizi che diverse nostre imprese già propongono ma che spesso non sono adeguatamente pubblicizzati.
Un aspetto che è necessario ribadire, senza il quale tutto quanto detto non sarebbe neppure percorribile, è la necessità di una formazione

continua e qualificata, con particolare attenzione alle nuove leve.
Confartigianato Bergamo, sensibile ai problemi e alle esigenze della categoria, nell'ultimo anno ha organizzato tre edizioni di un corso sulla stiratura professionale, che ha avuto come completamento alla formazione dei partecipanti, una sessione gratuita di stiratura nel centro di sperimentazione della Pony spa a Inzago: una giornata in cui gli imprenditori del settore ed i loro collaboratori hanno potuto esercitarsi utilizzando macchinari e tecnologie all'avanguardia.
Questa attività formativa proposta da Confartigianato Bergamo si affianca all'assegnazione del marchio di qualità "Pulitintolavanderia qualificata", che viene assegnato solo alle aziende che seguono un percorso di formazione continua, che tocca anche la gestione aziendale. Sono tutte iniziative che sono realizzate grazie all'impegno di Luigi Rota, Presidente del Gruppo di mestiere Pulitintolavanderie di Bergamo.
Il grande sogno di Rota, però, rimane quello di creare una bottega-scuola per formare le nuove generazioni perché anche il settore del pulito, come molti altri, ha non poca difficoltà a trovare personale formato da inserire in azienda e, secondo Rota, una bottega-scuola sarebbe un investimento per il futuro.

Finalmente anche la Puglia ha il Regolamento che "Disciplina dell'attività professionale di tintolavanderia"

Soddisfazione di Confartigianato per il risultato raggiunto

Il regolamento appena emanato disciplina le modalità per l'avvio, la modifica, il trasferimento dell'attività di lavanderia attraverso la SCIA (segnalazione certificata inizio attività), e riprende la definizione di "responsabile tecnico" previsto dalla L.84/2006 e prevede, inoltre, una disciplina transitoria per le lavanderie già esistenti.
Le attività di lavanderie ad oggi già operanti hanno due anni di tempo per segnalare il nominativo del responsabile tecnico presente nella sede dell'impresa. Questo termine di due anni è stato richiesto da Confartigianato per favorire le imprese esistenti, perché quello inzialmente fissato dalla Regione di 60 giorni, era parso troppo gravoso.
I contenuti dei corsi di formazione che dovrà seguire chi intende accreditarsi come responsabile tecnico e i titoli di studio abilitanti, verranno definiti con separato provvedimento di Giunta regionale.
Preme segnalare l'efficacia dell'azione condotta da Confartigianato perché se da una parte si è dovuto attendere più del previsto per la pubblicazione del regolamento, è pur vero che alla fine la Regione ha acconsentito ad inserire sia nelle definizioni iniziali che nelle norme finali e transitorie, due previsioni specifiche per le lavanderie self-service.
Per meglio inquadrare il problema occorre precisare che alle lavanderie c.d. "a gettone" non si applica la legge 84/2006 e per operare sono tenute solo all'obbligo di iscrizione al registro delle imprese e all'ottenimento dell'autorizzazione da parte del Comune in cui si esercita l'attività perché la lavanderia self service è in pratica una semplice attività di noleggio attrezzature, uno spazio allestito con lavatrici ed essiccatoi, utilizzati direttamente dalla clientela tramite l'acquisto di appositi gettoni ed eventualmente dei detergenti.
Sappiamo però che in molti casi l'esercizio di questa attività si discosta dal modello appena descritto: nella lavanderie difatti è

spesso presente un addetto che fornisce assistenza e servizi alla clientela, proponendo anche servizi di stireria, di ritiro e consegna capi presso il domicilio dei clienti, ed altri tipi di prestazioni.
Ora in Puglia c'è un'esplicita regolamentazione: se la lavanderia self-service intenderà offrire servizi aggiuntivi con proprio personale dedicato, dovrà nominare un responsabile tecnico e seguire le stesse prescrizioni e gli stessi adempimenti della lavanderia tradizionale.
Quello di oggi è un piccolo successo nella battaglia che Confartigianato quotidianamente combatte contro l'abusivismo e a tutela delle imprese regolari.

Regione Puglia Regolamento Regionale n. 13 del 30 maggio 2013

Questo il comunicato della Regione che spiega cosa prevede il regolamento

Le norme, oggetto del regolamento, hanno recepito proposte ed approfondimenti delle Associazioni di categorie che, più volte hanno evidenziato la necessità di precise indicazioni regionali, al fine di rimuovere lo stato di incertezza del quadro normativo e per la piena tutela e garanzia dell'attività.
L'attività professionale delle tinto-lavanderie è regolamentata dalla L. n. 84/2006, successivamente modificata dal D.L.gs. n. 59/2010 e dal D.Lgs. n. 147/2012. Sull'argomento, nel tempo, sono intervenuti circolari e risoluzioni ministeriali che hanno dato chiarimenti, delucidazioni per la piena applicabilità delle disposizioni in materia, anche in assenza di specifiche normative regionali, previste dalla norma statale.
Il Regolamento regionale ha inteso colmare detta lacuna e stabilisce le norme, previste dall'art. 3, c. 1 della L. n. 84/2006, volte a favorire lo sviluppo economico e professionale del settore, definisce i criteri per l'esercizio delle funzioni amministrative dei comuni, le norme sanzionatrici e di vigilanza, nonché la disciplina della fase transitoria.
L'attività, in qualunque forma e a qualsiasi titolo esercitata è subordinata a Segnalazione Certificata Inizio Attività, (S.C.I.A), di cui all'articolo 19 della L.n. 241/90 da presentare da parte del responsabile tecnico al Comune nel cui territorio opera l'esercizio, per il tramite dello Sportello Unico per le Attività Produttive (SUAP) secondo la normativa vigente in materia.
Presso ogni impresa dove viene esercitata l'attività di tinto-lavanderia deve essere designato, nella persona del titolare, di un socio partecipante al lavoro, di un collaboratore familiare, di un dipendente o di un addetto all'impresa, almeno un responsabile tecnico in possesso dell'idoneità professionale ai sensi dell'art.2 della L.n.84/2006.
Il responsabile tecnico sovrintende l'attività professionale di tinto-lavanderia e garantisce la propria presenza durante lo svolgimento delle attività.
La figura del responsabile tecnico non si applica alle tinto-lavanderie c.d. self-service o a gettone, in quanto l'art. 17, c. 1 lett. b) del D.L.gs. n.147/2012 ha esteso anche a tale tipologia di attività, la disciplina prevista per le tinto-lavanderie a lavorazione manuale e/o meccanica, con esclusione della figura del responsabile tecnico.
Le imprese di lavanderia self service, pertanto, non possono essere iscritte all'Albo Imprese Artigiane di cui all'art. 13 della L.R. n.6/2005.
Il Comune esercita le funzioni di vigilanza e controllo in ordine al rispetto dei requisiti per l'esercizio dell'attività, fatte salve le competenze delle autorità preposte ai controlli sanitari ed ambientali ed accerta, in particolare, il possesso dell'abilitazione professionale da parte del soggetto indicato come responsabile tecnico. Si richiama, in particolare, l'attenzione sull'art.6 del Reg. con cui viene data attuazione alla previsione di cui all'art. 6 della L. n. 84/2006, prevedendo che, in sede di prima applicazione, le imprese che esercitano l'attività di tinto-lavanderia alla data di entrata in vigore del regolamento regionale segnalano entro due anni il nominativo del responsabile tecnico.
Decorso inutilmente il suddetto termine, il Comune, previa diffida, sospende l'attività dando un termine per la regolarizzazione, in mancanza della quale è disposta la cessazione dell'attività dandone comunicazione agli organismi competenti.
Da ultimo si fa presente che, con provvedimento della Giunta Regionale, verranno approvati i contenuti tecnico-culturali dei programmi e dei corsi per il conseguimento dell'idoneità professionale e saranno individuati i diplomi abilitanti all'esercizio.

La dichiarazione F-GAS coinvolge anche le attività di pulitintolavanderie

Gravi sanzioni previste per gli inadempienti, tra questi la Pubblica Amministrazione

In materia legislativa e ancor di più quando si tratta di norme relative all'ambiente, un esempio per tutti il Sistri, il Legislatore nazionale non perde occasione per emanare adempimenti assurdi, impossibili da rispettare, del tutto esenti da caratteri di proporzionalità che un Paese con il 98% di piccole imprese dovrebbero essere obbligatori. Anzi a ben vedere lo sono, o almeno è obbligatorio che il legislatore valuti l'impatto del provvedimento sulle piccole e piccolissime imprese: lo detta la SBA (Small Business Act). La formulazione cioè di normative conformi al principio "Pensare anzitutto in

piccolo". Secondo quanto prevede lo SBA, prima di adottare nuove normative gli Stati membri devono valutare il loro impatto sulle piccole e microimprese.
Venendo al problema chiariamo che stiamo parlando dell'assoggettamento all'obbligo di invio d'una dichiarazione telematica annuale all'ISPRA - Min. dell'Ambiente - **sul quantitativo di gas fluorurato serra [f-gas] immesso in atmosfera, da impianti con più di 3kg, obbligo previsto all'articolo 16, comma 1, del DPR n. 43/2012.**

Confartigianato non contesta un provvedimento, in se utile, per il controllo di un gas pericoloso per l'ambiente ma, come ha contestato per il SISTRI, le modalità previste per la sua applicazione che ancora una volta andranno a pesare sulle imprese e particolarmente sulle piccole. La norma infatti, prevede la mappatura dei gas serra presenti in impianti di varia natura, quindi censendo chi li utilizza e non chi li produce o li immette sul mercato.
Provvedimento quindi iniquo e passato in sordina, sconosciuto ai più dei soggetti destinatari. Soggetti destinatari che sono i più vari possibili: dal privato, all'azienda, al pubblico.
Da una prima analisi condotta dallo stesso Ministero dell'Ambiente, emerge che, trascorse tre settimane da quella che dovrebbe essere la scadenza dei termini per la presentazione della dichiarazione (31 maggio 2013) siano state ricevute poco meno di diecimila dichiarazioni a fronte delle diverse centinaia di migliaia attese. Una media di 1,08 dichiarazioni per ognuno degli 8.092 Comuni italiani. Un po' pochine visto che rientrano nell'obbligo, oltre agli impianti di refrigerazione, anche quelli di condizionamento d'aria, le pompe di calore nonché i sistemi fissi di protezione antincendio installati in edifici pubblici e privati che abbiano almeno 3kg di f-gas. Dove sono finiti quindi i milioni di impianti di scuole, palestre, piscine, case di riposo, palazzi pubblici, amministrazioni provinciali e regionali, aziende sanitarie, ospedali, ambulatori, ministeri e via di questo passo? Senza contare poi tutti quelli legati alle imprese come i banchi frigo di supermercati e negozi, le macchine per il gelato, per il lavaggio a secco e chissà quanto altro ancora. Nessuno ha capito di cosa si stesse parlando e, soprattutto, per quale motivo ci si dovesse assoggettare ad un nuovo guazzabuglio burocratico inutile, incomprensibile ed inaccettabile nelle modalità. A soli 15 giorni della scadenza è stato emanato un decreto con le sanzioni previste per le violazioni: quella più bassa, che riguarda proprio la mancata iscrizione al registro, può arrivare fino a 10mila euro, un'autentica follia. Come si fa ad applicare sanzioni così pesanti per un mero adempimento burocratico?
Di fronte a questo ennesima aberrazione (o tentativo di fare cassa?) Confartigianato ha già chiesto al Ministro all'Ambiente Orlando, la cancellazione immediata della norma trasferendo l'onere sui produttori di f-gas. Confartigianato ritiene di non poter più accettare che siano imposte immotivatamente gabelle alle imprese.

Di seguito pubblichiamo l'ultima circolare inviata da Confartigianato Imprese in merito alla problematica dei gas fluorato.

Direzione Relazioni Sindacali Settore Ambiente e Sicurezza

Roma, 19 giugno 2013 Prot. N. <Prot>/FM

DICHIARAZIONE F-GAS EX ART. 16, COMMA 1, DPR N. 43/2012

Vengono forniti alcuni chiarimenti in merito all'obbligo di invio della dichiarazione f-gas prevista dall'articolo 16, comma 1. Vengono infine illustrate le iniziative sindacali di modifica del suddetto DPR.

Sono giunti alla Confederazione alcuni quesiti in ordine all'assoggettamento all'obbligo di cui all'articolo 16, comma 1, del DPR n. 43/2012 (invio d'una dichiarazione telematica annuale all'ISPRA – Ministero dell'Ambiente - sul quantitativo di gas fluorurato serra [f-gas] immesso in atmosfera, da impianti con più di 3kg).
Si ricorda, per completezza, che rientrano nell'obbligo oltre agli impianti di refrigerazione anche quelli di condizionamento d'aria, le pompe di calore nonché i sistemi fissi di protezione antincendio installati in edifici pubblici e privati che abbiano almeno 3kg di f-gas; tra essi rientrano anche quelli connessi a molti impianti per pulitintolavanderia.
In relazione a quanto sopra si chiarisce che:

1. *Il termine per l'invio della suddetta dichiarazione è scaduto lo scorso 31 maggio 2013; per gli operatori inadempimenti le sanzioni (solo amministrative) di omesso invio vanno da 1.000 a 10.000 Euro.*

2. É ovviamente sconsigliabile procedere ugualmente all'invio della dichiarazione (come invece sembra suggerire una "postilla" apparsa sul sito web dell'ISPRA) entro il mese di giugno: essendo il termine in parola scaduto, l'invio della dichiarazione sostanzierebbe, in effetti, un'autodenunzia dell'operatore.

Si precisa, inoltre, che tale dichiarazione - per il corrente anno - concerneva unicamente i dati anagrafici dell'operatore e l'ubicazione dell'impianto.

Dal 2014 sarà invece necessario procedere con l'invio aggiuntivo di una serie di dati tecnici (inerenti ai quantitativi di f-gas immessi in atmosfera nell'anno precedente, sulla base del registro d'impianto), sempre a cura dell'operatore/ titolare, salvo deleghe ad hoc al manutentore.

Da una prima analisi condotta dal Ministero dell'Ambiente, peraltro, è stato evidenziato come siano state ricevute poco meno di 10.000 domande a fronte delle diverse centinaia di migliaia attese.

Tali cifre attestano il sostanziale "fallimento" della norma, stanti il poco tempo a disposizione degli operatori per adempiere (l'applicativo web ha funzionato correttamente solo nell'ultima settimana di maggio) e soprattutto l'assurdità di una norma "burocratica" che pretende di "mappare" i gas serra partendo dagli utilizzatori (diversi milioni di soggetti) e non già da chi tali gas li produce e/o li immette sul mercato (solo un centinaio di imprese, nell'Unione europea).

Da ultimo si informa che sono state poste in essere una serie di azioni di lobby a livello governativo e parlamentare finalizzate a modificare il DPR n. 43/2012; in particolare, si è previsto di cancellare proprio la norma di cui all'articolo 16, comma 1, allegerendo cioè l'operatore dall'onere dell'invio della dichiarazione e trasferendo lo stesso sul produttore di f-gas.

Sarà cura della scrivente Direzione fornire al riguardo tempestive comunicazioni circa l'iter di approvazione delle modifiche normative in questione.

All'Assemblea di Confartigianato il Presidente Merletti chiede alla politica: "Fate il vostro dovere. Costruite il futuro del Paese"

La voce dell'artigianato, la voce delle piccole imprese italiane risuona forte nelle parole del Presidente di Confartigianato Giorgio Merletti che, l'11 giugno a Roma, dal palco dell'Assemblea nazionale ha chiesto alla politica un cambio di marcia per dare speranza di futuro agli imprenditori e al Paese.

"Chiediamo alla politica – ha detto Merletti - di costruire e di indicare finalmente un progetto di futuro per il Paese intorno al quale coinvolgere gli sforzi e l'impegno di tutti. Abbiamo bisogno di condividere un obiettivo comune su cui lavorare ognuno per la propria parte. Adesso tocca a voi, tocca al Governo, tocca al Parlamento, tocca alla politica. Lo abbiamo detto nel Manifesto che un mese fa abbiamo presentato nell'Assemblea di Rete Imprese Italia. Lo diciamo di nuovo oggi, lo dicono le migliaia di imprenditori che, anche in quest'ultimo mese, hanno continuato a firmare il nostro manifesto e che vi chiedono una cosa molto semplice: Governate! Fate il vostro dovere! Ora bisogna agire e, senza esitazioni sui fronti del fisco, della burocrazia, del credito, del lavoro".

Governare l'Italia, per Confartigianato, significa quindi affrontare i problemi che stanno mettendo in ginocchio gli imprenditori. Imprenditori come quelli intervenuti all'Assemblea per denunciare una pressione fiscale che pesa per quasi il 70 per cento sugli utili lordi d'impresa, un accesso al credito sempre più difficile, una burocrazia che alle aziende costa 31 miliardi l'anno, un mercato del lavoro carico di oneri e complicazioni. Ma le piccole imprese italiane sanno anche reagire con la passione dei giovani che si lanciano in settori innovativi. E a questa passione, al patrimonio produttivo del made in Italy bisogna dare risposte immediate e concrete.

"Ad una crisi così – ha detto il Presidente di Confartigianato - non si risponde solamente contrastandone gli effetti, ma bisogna scendere in profondità e riaccendere il motore che dà energia e forza a tutto il sistema Paese".

Giorgio Merletti Presidente Confartigianato Imprese

Elenco iscritti all'Associazione Fornitori Aziende Manutenzione dei Tessili

Members to the Textile Care Suppliers' Association

MACCHINARI
MACHINERY
Aziende produttrici e filiali di produttori esteri
Manufactoring companies and subsidiaries of foreign manufacturers

DALMON S.r.l.
Via San Benedetto, 24
36016 THIENE VI
ELECTROLUX PROFESSIONAL S.p.A.
Viale Treviso, 15
33170 PORDENONE PN
FIRBIMATIC S.p.A.
Via Turati, 16
40010 SALA BOLOGNESE BO
GRANDIMPIANTI I.L.E. Ali S.p.A.
Via Masiere, 211 c
32037 SOSPIROLO BL
GIRBAU ITALIA S.r.l.
Via delle Industrie, 29 e
30020 MARCON VE
IGOL BOILER S.r.l.
Via Sant'Eufemia, 35
25135 BRESCIA BS
ILSA S.p.A.
Via C. Bassi, 1
40015 SAN VINCENZO DI GALLIERA BO
IMESA S.p.A.
Via degli Olmi, 22 - II° Z.I.
31040 CESSALTO TV
INDEMAC S.r.l.
Zona Ind.le Campolungo
63100 ASCOLI PICENO
ITALCLEAN S.r.l.
Via Ossola, 7
40016 SAN GIORGIO DI PIANO BO
JENSEN ITALIA S.r.l.
Strada Provinciale Novedratese, 46
22060 NOVEDRATE CO
KANNEGIESSER ITALIA S.r.l.
Via Cesare Pavese, 1/3
20090 OPERA MI
LAVASTIR S.r.l.
Contrada Motta
87040 CASTROLIBERO CS
MAESTRELLI S.r.l.
Via Stalingrado, 2
40016 SAN GIORGIO DI PIANO BO
MIELE ITALIA S.r.l.
Strada Circonvallazione, 27
39057 APPIANO SULLA STRADA DEL VINO BZ
MONTANARI S.r.l.
ENGINEERING CONSTRUCTION
Via Emilia Ovest, 1123
41100 MODENA MO
PIZZARDI S.r.l.
Via Nino Bixio, 3/5
20036 MEDA MI
REALSTAR S.r.l.
Via Filippo Turati, 5
40010 SALA BOLOGNESE BO
RENZACCI S.p.A.
Via Morandi, 13
06012 CITTÀ DI CASTELLO PG
SKEMA S.r.l.
Via Clelia, 16
41049 SASSUOLO MO
THERMINDUS S.r.l.
Via Gino Capponi, 26
50121 FIRENZE FI
UNION S.p.A.
Via Labriola, 4 d
40010 SALA BOLOGNESE BO
VEGA SYSTEMS ITALIA
Via Scipione Ammirato, 21
50136 FIRENZE FI
ZETOLINK S.r.l.
Piazza Leopoldo, 11
50134 FIRENZE FI

Distributori/*Distributors*

SETEL S.r.l.
Via delle Industrie
26010 CASALETTO CEREDANO CR

MACCHINARI PER LO STIRO
IRONING EQUIPMENT
Aziende produttrici e filiali di produttori esteri
Manufactoring companies and subsidiaries of foreign manufacturers

BARBANTI CARLO S.n.c.
Via di Mezzo, 78 San Giacomo Roncole
41037 MIRANDOLA MO
DUE EFFE S.p.A.
Via John Lennon, 10 - Loc. Cadriano
40057 GRANAROLO DELL'EMILIA BO
FIMAS S.r.l.
Corso Genova, 252
27029 Vigevano PV
GHIDINI BENVENUTO S.r.l.
Via Leone Tolstoj, 24
20098 SAN GIULIANO MILANESE MI
MALAVASI S.r.l.
Corso Genova, 53
27029 VIGEVANO PV
PONY S.p.A.
Via Giuseppe Di Vittorio, 8
20065 INZAGO MI
SIL FIM S.r.l. marchio SILC
Via Campania, 19
60035 JESI AN
TREVIL S.r.l.
Via Nicolò Copernico, 1
20060 POZZO D'ADDA MI

Distributori/*Distributors*

LAVASECCO 1 ORA-CATINET/SANKOSHA S.r.l.
Via Roma, 108
10070 CAFASSE TO

DETERGENTI, SOLVENTI, MATERIE AUSILIARIE, ECC.
DETERGENTS, SOLVENTS, AUXILIARIES, ECC.
Aziende produttrici e filiali di produttori esteri
Manufactoring companies and subsidiaries of foreign manufacturers

BIAR AUSILIARI BIOCHIMICI S.r.l.
Via Francia, 7/9
20030 SENAGO MI
CHRISTEYNS ITALIA
Via F.lli di Dio, 2
20063 CERNUSCO SUL NAVIGLIO MI
DIM S.r.l. Detergenti Ind. Milano
Via Guglielmo Marconi, 15
20051 LIMBIATE MI
ECOLAB
Via Paracelso, 6 - Centro Dir. Colleoni
20864 AGRATE BRIANZA MB
FALVO S.a.s.
Via del Progresso, 12
00065 Fiano Romano RM
RARO S.r.l.
Via 1° Maggio, 14
75100 MATERA MT
SURFCHIMICA S.r.l.
Via Milano, 6
27029 PESCHIERA BORROMEO MI
TENSIOCHIMICA INDUSTRIALE S.p.A.
Via Giuseppe Di Vittorio, 38
25125 BRESCIA BS

MANUFATTI TESSILI
TEXTILE PRODUCTS
Aziende produttrici e filiali di produttori esteri
Manufactoring companies and subsidiaries of foreign manufacturers

CORITEX S.n.c.
Via Cà Volpari, 25
24024 GANDINO BG
EMMEBIESSE S.p.A.
Piazza Industria, 7/8
15033 CASALE MONFERRATO AL
GASTALDI & C. S.p.A.
Industria Tessile
Via Roma, 10
22046 MERONE CO
LAMPERTI CARLO
TESSITURA E FIGLIO S.p.A.
Via della Tecnica, 8
23875 OSNAGO LC
MASA S.p.A. INDUSTRIE TESSILI
Via Mestre, 37 - Loc. Bolladello
21050 CAIRATE VA
NOBILTEX S.r.l. - GRUPPO TESSILE LG
VIA I° MAGGIO, 39/41
25038 ROVATO BS
PAROTEX S.r.l.
Via Massari Marzoli, 17
21052 BUSTO ARSIZIO VA
TELERIE GLORIA S.n.c.
Viale Carlo Maria Maggi, 25
Loc. Peregallo
20855 LESMO MB
TESSILTORRE S.r.l.
Via Giuseppe Verdi, 34
20020 DAIRAGO MI
TESSITURA PEREGO S.r.l.
Via Milano, 23/A
24034 CISANO BERGAMASCO BG

Distributori/*Distributors*

CROTEX ITALIA S.r.l.
Via U. Mariotti Z.I. Agostino
51100 PISTOIA PT

INFORMATICA
INFORMATION TECHNOLOGY
Aziende produttrici e filiali di produttori esteri
Manufactoring companies and subsidiaries of foreign manufacturers

SINDATA S.p.A.
Via Rovereto, 17
20871 Vimercate MB

ACCESSORI
ACCESSORIES
Aziende produttrici e filiali di produttori esteri
Manufactoring companies and subsidiaries of foreign manufacturers

A 13 S.r.l.
Via Venini, 57
20127 MILANO
ABG SYSTEMS S.r.l.
Via Milano, 7
20084 LACCHIARELLA MI
ALVI S.r.l.
Strada Statale 230, 49
13030 CARESANABLOT VC
NUOVA FOLATI S.r.l.
Via dell'Archeologia, 2 - Z.I. Prato Corte
00065 FIANO ROMANO RM

Distributori/*Distributors*

SCAL S.r.l
Viale Rimembranze, 93
20099 SESTO SAN GIOVANNI MI

www.assofornitori.com

DETERGO Pubblicazione ufficiale di Associazione Fornitori Aziende Manutenzione dei Tessili

Direttore responsabile: Stefano Ferrio
Comitato di redazione: Roberto Colombo, Laura Lepri, Claudio Montanari, Luciano Miotto, Gabrio Renzacci, Riccardo Ripamonti, Felice Mapelli, Gabriella Platè, Giovanni Salvati
Si ringraziano i signori: Vito Carone, Vittorio Cianci, Laura Lepri, Emilia Pecorara, Gabriella Platè
Direttore Generale: Ugo Sala
Segretaria di redazione: Franca Cesarini
Direzione, redazione, amministrazione, pubblicità:
DETERSERVICE srl • 20158 Milano • via Angelo Masina, 9
Tel +39 02 39314120 • Fax +39 02 39315160 • e-mail: info@detergo.eu - www.detergo.eu
Progetto grafico e impaginazione: STRIKE/Milano • e-mail: strike.ad@fastwebnet.it
Stampa: Presscolor • Milano

La riproduzione degli articoli pubblicati non è consentita salvo autorizzazione scritta.

Abbonamento annuo (11 numeri) Euro 32,00 *(anziché Euro 42,00)* - (22 numeri) Euro 54,00 *(anziché Euro 84,00)*• Estero Euro 80,00 • Una copia Euro 4,50
ON LINE - In formato elettronico verrà inviata in forma gratuita. Inviare e-mail con richiesta a: info@detergo.eu
I versamenti intestati a Detersevice SRL - Via A. Masina, 9 - 20158 Milano, possono essere effettuati a mezzo bonifico
BANCA POPOLARE EMILIA ROMAGNA AGENZIA 10 MILANO - IBAN: IT11 C 05387 01609 000001504285 BIC: BPMOIT22 XXX
Gli abbonamenti possono decorrere da qualsiasi numero. I manoscritti non si restituiscono.
L'editore non si assume responsabilità per errori contenuti negli articoli o nelle riproduzioni.
Le opinioni esposte negli articoli impegnano solo i rispettivi Autori. Ad ogni effetto il Foro competente è quello di Milano.
Tiratura: 11.000 copie
La pubblicità non supera il 50% del numero delle pagine di ciascun fascicolo della Rivista
Autorizzazione Tribunale di Milano n° 2893 del 25.11.1952 - Iscritta al Registro Nazionale della Stampa ROC N. 18402
Distribuzione: Poste Italiane s.p.a.

LEGGE PRIVACY - TUTELA DEI DATI PERSONALI
INFORMATIVA AI LETTORI
Rendiamo noto agli abbonati e ai lettori di Detergo che i dati utilizzati per la spedizione della rivista fanno parte dell'archivio elettronico della Deterservice srl, con sede in Milano, Via A. Masina, 9 - 20158 Milano.
I dati vengono trattati ed utilizzati nel rispetto delle norme stabilite dal D.Lgs. 196/2003 sulla tutela dei dati personali a mezzo strumenti cartacei o elettronici. In particolare questi dati (consistenti essenzialmente in nome e indirizzo) vengono utilizzati per la spedizione della rivista e di materiale a stampa connesso con l'attività editoriale della Deterservice srl.
Ciascun lettore può richiedere in qualsiasi momento, a mezzo posta o fax, di sapere quali suoi dati sono in archivio, richiederne la modifica, la rettifica o anche la cancellazione. I dati non sono ceduti e diffusi a terzi né utilizzati per scopi diversi da quelli sopra citati.

FAC-SIMILE DI RICHIESTA DI ESERCIZIO DEI DIRITTI DI CUI ALL'ART. 7 DEL CODICE DELLA PRIVACY

Il sottoscritto.....
Azienda.....
Indirizzo.....
Località..... Cap..... Prov. .....
Chiede alla Deterservice srl, con sede in Milano, Via A. Masina, 9 - 20158 Milano- e-mail: info@detergo.eu - Tel. 02 39314120 - Fax 02 39315160
❒ di conoscere i suoi dati contenuti nell'archivio elettronico di Deterservice srl;
❒ di modificare i dati come sopra specificati;
❒ di cancellare nell'archivio i suoi dati

FIRMA .....

INDICE DEGLI INSERZIONISTI/ADVERTISERS' DIRECTORY

DOW CHEMICAL	55
EXPODETERGO INTERNATIONAL	47
ILSA	29
IMESA	33
ISTITUTO INTERNATIONALE DI RICERCA	4
ITALCLEAN	35
KANNEGIESSER ITALIA	1ª DI COPERTINA – 8
MASA	17
MAESTRELLI	61
PIZZARDI	3ª DI COPERTINA
RENZACCI	4ª DI COPERTINA
SAFECHEM EUROPE	55
SIL FIM MARCHIO SILC	3

AXIA

PIEGATRICE AUTOMATICA PER ARTICOLI IN SPUGNA - *FOLDING MACHINE FOR TERRY TOWELS*

AUTOMAZIONE AVANZATA - ***ADVANCED AUTOMATION***

- **SELEZIONE DINAMICA ED INSTANTANEA DEL FORMATO DI PIEGATURA (3-4 ARTICOLI)**
  DYNAMIC AND PROMPT SELECTION OF FOLDING SIZE (3-4 ITEMS)
- **CAPACITÀ PRODUTTIVA MOLTO ELEVATA - VELOCITÀ DI PIEGATURA 68 MT/MIN**
  VERY HIGHT PRODUCTIVE CAPACITY - FOLDING SPEED 68 MT/MIN
- **GUIDA OTTICA SINCRONIZZATA E DINAMICA PER LA CENTRATURA DEL PEZZO**
  DYNAMIC AND SYNCRONIZED OPTICAL GUIDE FOR THE AUTOMATIC CENTERING
- **GESTIONE ANAGRAFICA CLIENTE/ARTICOLO E STAMPA DATI DI PRODUZIONE**
  COSTUMER/ARTICLE'S DATA MANAGEMENT AND PRODUCTION DATA PRINTING
- **SMART CARD PER REGISTRAZIONE DELL'OPERATORE**
  OPERATOR'S AUTOMATIC RECORDING TIME THROUGH A SMART CARD
- **AMPIA GAMMA DI MODELLI PER ARTICOLI FINO A 210 CM DI LUNGHEZZA**
  WIDE RANGE OF MODELS FOR ITEMS UP TO 210 CM OF LENGHT

PIZZARDI®

MADE IN ITALY

WWW.PIZZARDI.IT

PIZZARDI S.R.L 20821 MEDA (MB) - ITALY - VIA NINO BIXIO 3/5 - INFO@PIZZARDI.IT
TEL. +39 0362 71661 - +39 0362 74983 - FAX +39 0362 342435 SERVIZIO ASSISTENZA TECNICA TEL. +39 0362 340973

RENZACCI

nebula

Natural ecological solvents

Total cycle time extremely reduced:

I earn more

Treatment of a wide range of garments with the highest quality results:

I get more clients and more business

User's friendly and insignificant maintenance:

I have more time to dedicate to my customers

-75% water consumption
-40% energy consumption
-45% installed power

I drastically reduce my running costs because I save

UNIQUE AND DIFFERENT

RENZACCI S.p.A.
Via Morandi, 13 - 06012 CITTÀ DI CASTELLO (PG) - ITALY
Telefono +39-075-862961 Fax +39-075-8559020 - E-mail: renzacci@renzacci.it
www.renzacci.it